

وفي هذه المرحلة تقوم بتزويد الشركة بالمعلومات اللازمة لاتخاذ قرارات مدروسة حول تطوير العرض. وبعد اكتمال مرحلة التفكير ووضع المفاهيم تبدأ بمرحلة التصور وهو تحويل الفكرة إلى منتج حقيقي. تحويل المعلومات من الأبحاث إلى أفكار ملموسة لمنتجات أو خدمات جديدة. أو تطوير فكرة موجودة حالياً. ويستخدم العصف الذهني في العادة لتطوير منتجات و سلع جديدة في المصانع أو تحسين خدمات عامة في المؤسسات. كما يستخدم في طرق الإدارة واستراتيجيات التسويق (الحيزان، من خلال تقييم جدوى الأفكار المختارة والتخطيط لتنفيذها. في هذه المرحلة تقوم بتحويل الفكرة إلى منتج أو خدمة قابلة للتسويق. والتأكد من الجودة الإطلاق والتسويق. في هذه المرحلة يتم تقديم المنتج للسوق وبدء التسويق لزيادة الوعي وجذب العملاء. من خلال إنشاء خطة تسويق. المتابعة والتحسين. وهذه المرحلة الأخيرة ويتم فيها مراقبة وقياس أداء العرض في السوق وإجراء التحسينات اللازمة. تحليل بيانات المبيعات.