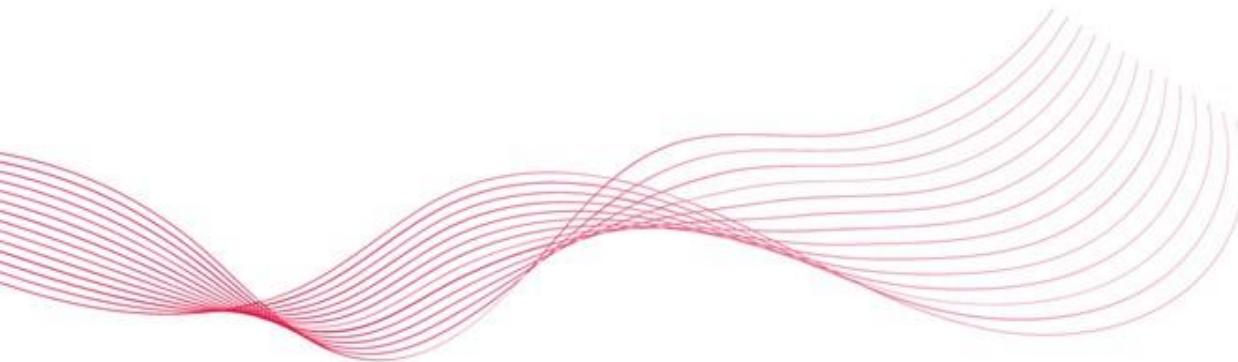


РАЗРАБОТКА КАРТЫ ЦЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ.





CHANGE
СИСТЕМНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В БИЗНЕСЕ
LAB

Ирина ТРОФИМОВА



- бизнес-консультант
- эксперт по развитию людей и организаций
- основатель проекта "ChangLab - системные изменения в бизнесе"

клиенты:



ПЛАН ЛЕКЦИИ

1. Что такое проект? Какую проблему он решает?
2. Как формируется ценность ?
3. Три категории ценности.
4. 6 фокусирующих вопросов
5. Карта ценности инновационного продукта

**ВСЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ РЕШАЮТ
КОНКРЕТНУЮ ПРОБЛЕМУ КЛИЕНТА**

ЧТО ЭТО ?



LUSH FRESH
HANDMADE
COSMETICS

ПРЕИМУЩЕСТВА СУХОГО ШАМПУНЯ

Экономия. Самое очевидное преимущество — долгая служба.

Зачастую одной шайбы хватает на три-четыре месяца, а то и на полгода (зависит от индивидуальной частоты мытья).

Практичность. Твердый шампунь удобно брать с собой в поездку

(перевозить можно даже в ручной клади), в спортзал, он помещается в любую косметичку.

Экологичность. Бруски твердого шампуня в большинстве случаев упаковывают в бумагу

или многоразовую жестянную баночку. Хранить его можно так же: в обычной мыльнице

или родной упаковке. Твердое состояние позволяет лучше сохранять полезные натуральные

компоненты в шампуне.





ЦЕННОСТЬ - ЗНАЧИМОСТЬ, ПОЛЕЗНОСТЬ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ.

Цель запуска новых продуктов и услуг- создание дополнительной ценности для клиентов и, тем самым, выгоды для компании!

ТРИ КАТЕГОРИИ ЦЕННОСТИ

- 1. Практическая потребность** (удовлетворение практической потребности)
- 2. Статус** (поддержание и повышение статуса)
- 2. Удовольствие** (получение удовольствия)

КАК ЭТИ ЦЕННОСТИ РАСПРЕДЕЛЕНЫ ПО СЕГМЕНТАМ B&B B&C

B&C

УДОВОЛЬСТВИЕ

ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОТРЕБНОСТЬ

СТАТУС

B&B

ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОТРЕБНОСТЬ

СТАТУС

УДОВОЛЬСТВИЕ

ШЕСТЬ ФОКУСИРУЮЩИХ ВОПРОСОВ ГОЛДРАТТА

- 
- 1.** В чем заключается сила новой технологии (или нового продукта)?
 - 2.** Какое ограничение или барьер устраниет или значительно уменьшает новая технология?
 - 3.** Каковы нынешние правила использования, шаблоны и поведение, которые обходят ограничение?
 - 4.** Какие правила, шаблоны и поведение нужно изменить, чтобы воспользоваться преимуществами новой технологии?
 - 5.** Как использовать новую технологию (продукт), чтобы внедрить изменения, не вызывая сопротивления?
 - 6.** Как построить, капитализировать и сохранить свой бизнес?

ТРИ КРИТИЧЕСКИХ ЭЛЕМЕНТА СТРАТЕГИИ

1. Создать все возможности, необходимые для разработки, производства и доставки ценности клиентам.
1. Капитализировать возможности для достижения полного влияния на рынок, донести ценность и обеспечить доступность продукта. Этот элемент фокусируется на маркетинге и продажах.
1. Поддерживать рост! Необходимо должным образом подготовиться к успеху. Это относится и к возможности менеджеров управлять гораздо большей системой, и к запасу мощностей, ограничивающих использование возможностей.

КАРТА ЦЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА

Обзор шаблона

Шаблон состоит из двух больших блоков: карты ценности и профиля потребителя (в этой статье я буду использовать термины из русского перевода книги).



Карта ценности



Профиль потребителя

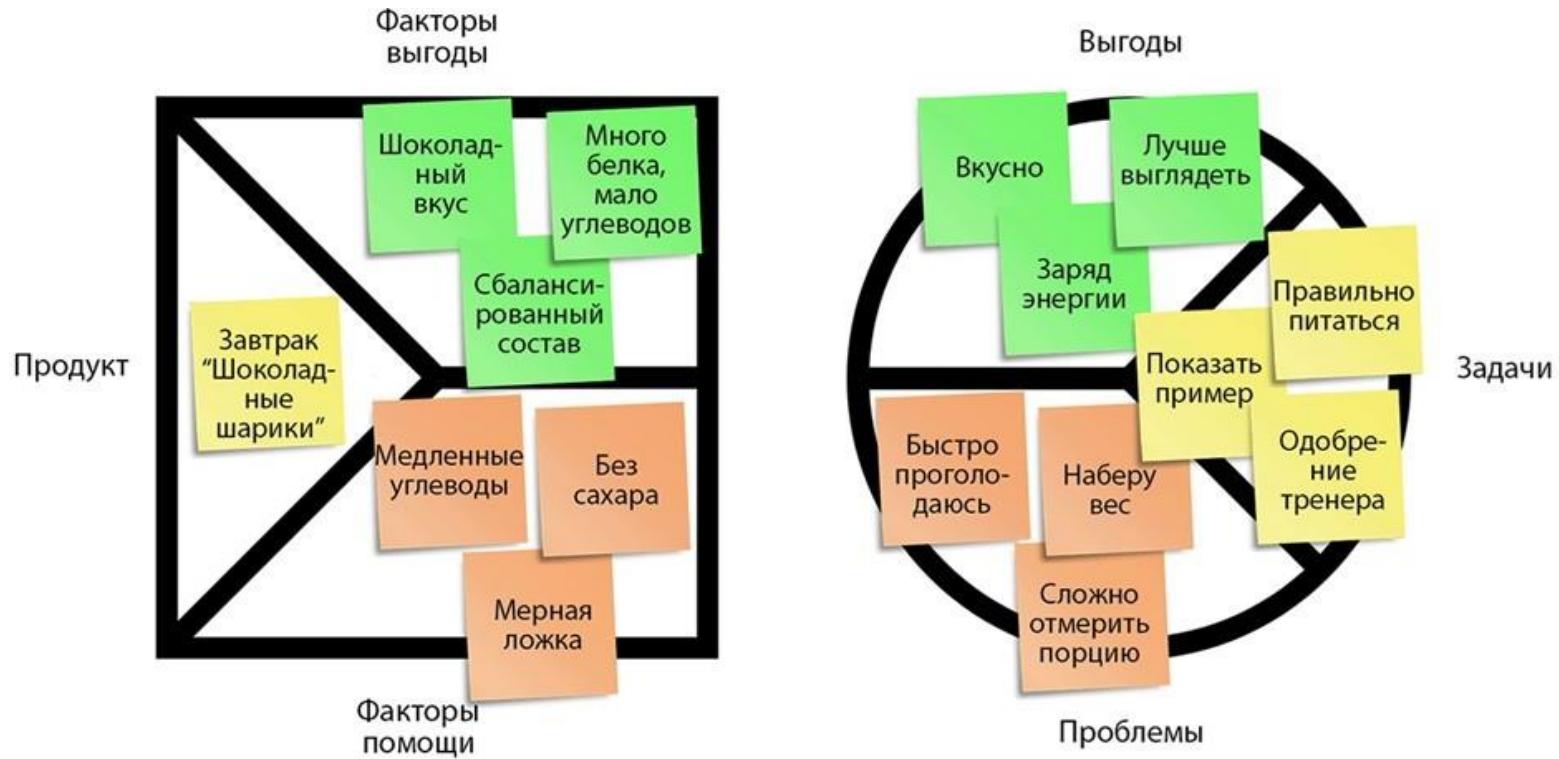
ПРОФИЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Профиль описывает потребности целевого потребительского сегмента в разрезе его задач, проблем и выгод.

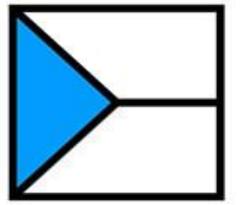
Как и для чего клиент использует ваш продукт. Другими словами, какую свою задачу с его помощью он хочет решить.

Задачи могут быть не только чисто функциональными, но и социальными, личностными, эмоциональными и другими.



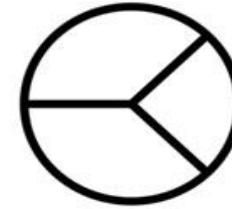


Наш



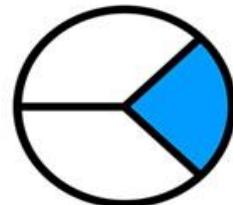
товар или услуга

помогает



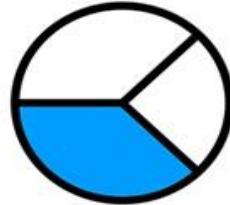
потребительский сегмент

которые хотят



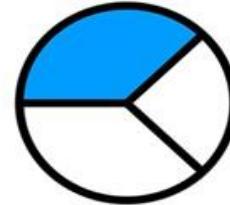
выполняемая задача

тем, что



определение действия
(например, снижает, избавляет)

W

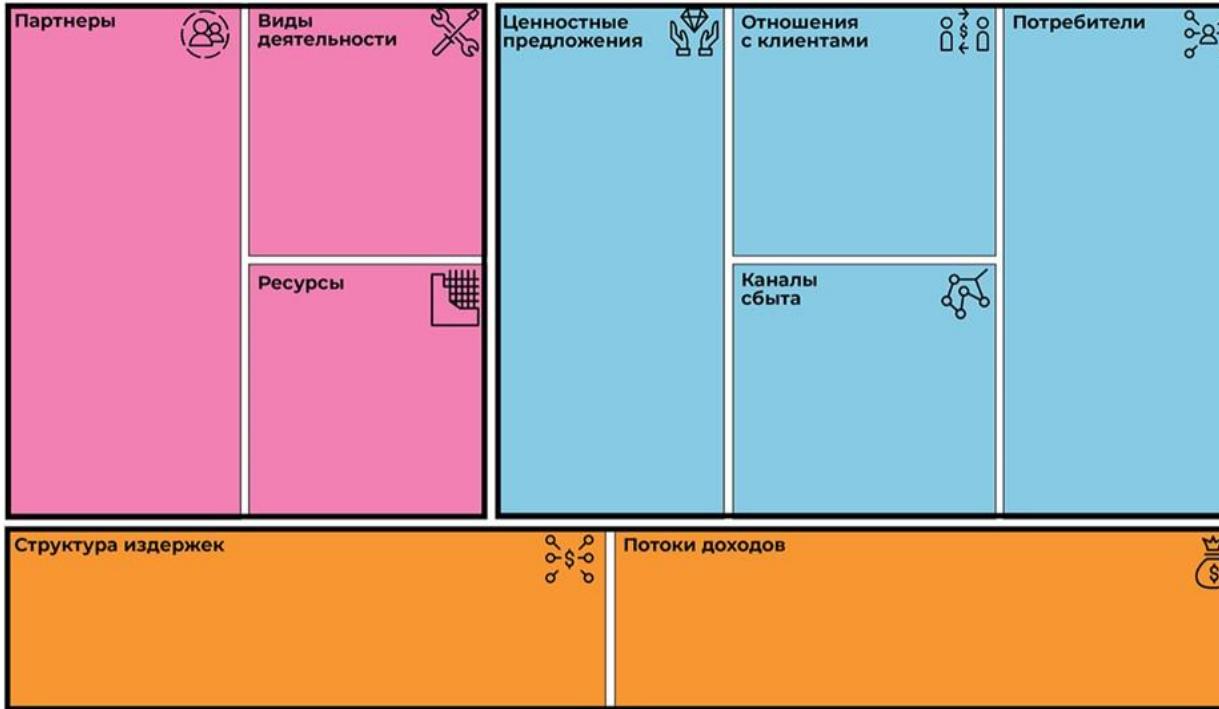


определение действия
(увеличивает, позволяет)

**СФОРМИРУЙТЕ ЦЕННОСТЬ
ВАШЕГО ПРОДУКТА/ УСЛУГИ
С ПОМОЩЬЮ ШАБЛОНА**

Реализуемость

Востребованность



Жизнеспособность

ИНДУСТРИАЛЬНЫЕ ПАРТНЕРЫ

ИНДУСТРИАЛЬНЫЕ ПАРТНЕРЫ

ОРГАНИЗАЦИИ, ПРИВЛЕКАЮЩИЕСЯ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНОЙ ЦЕЛЕВОЙ ПРОГРАММЫ

- 1. ВНЕБЮДЖЕТНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ**
- 1. КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ**
- 1. РАЗВИТИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА**

ЦЕННОСТИ ДЛЯ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ ПАРТНЕРОВ

- 1. ВОЗВРАТ ИНВЕСТИЦИЙ**
- 2. ВОСТРЕБОВАННОСТЬ НА РЫНКЕ**
- 3. РОСТ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА**

Индустриальные партнеры ИГЭУ

АО «Концерн Росэнергоатом»

ПАО «Т Плюс»

ПАО «Россети Центр и Приволжье»

ООО «Интер РАО – Управление сервисами»

ООО «КСК»

ООО «Нейрософт»

АО «Ивгортеплоэнерго»

АО «Железобетон»

ООО «КЭС –Тейково»

Машиностроительная группа «КРАНЭКС» и другие



РОСЭНЕРГОАТОМ
РОСАТОМ



**ТРИ ИДЕИ,
КОТОРЫЕ ВОЗЬМЕТЕ С СОБОЙ**