

фрич

ИНТЕРНЕТ-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

ЛЕКЦИЯ 2
«Идея»

ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ ПРОДУКТА



Что такое
бизнес-идея?

Как выбрать
жизнеспособную
идею?



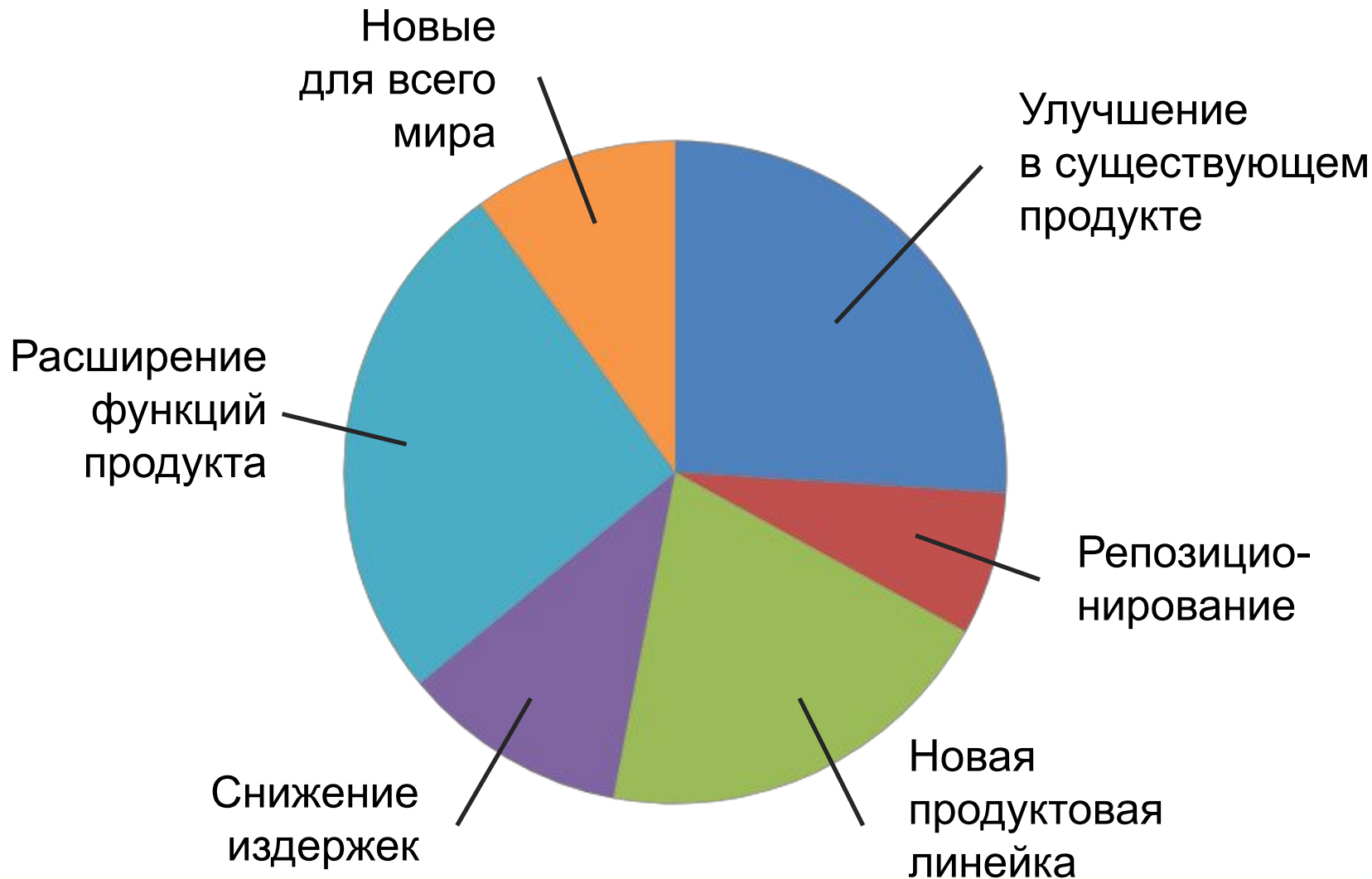
Где и как
найти идею
для стартапа?

Как сформулиро-
вать идею?

ТИПЫ НОВЫХ ПРОДУКТОВ

Новые для компании

Новые для клиента



ЧТО ТАКОЕ БИЗНЕС-ИДЕЯ?



Ключевое слово:

БИЗНЕС

3 возможности, от которых отталкиваться в поиске идеи:

От продукта

От рынка

От канала



Далее на каждом слайде представлены инструменты по выработке идей.

Если вы выработаете идеи каждым из этих способов, в результате у вас будет порядка 10-20 идей, которые мы с вами будем отбирать и тестировать.

КАК ПРИДУМАТЬ НОВУЮ ИДЕЮ

- Проанализируйте, почему что-то не работает ...
- Найдите решения для проблем, с которыми сталкиваются потребители ...
- Думайте по-новому ...
- Соедините объекты, которые не имеют очевидной взаимосвязи ...
- Найдите новое применение старым вещам ...
- Определите свою нишу на рынке ...
- Проанализируйте изменения потребительских вкусов ...
- Анализируйте неудачи других ...
- Применяйте новые технологии по-новому ...
- Попробуйте что-то новое ...
- Посмотрите ТВ-шоу, которое вы обычно не смотрите ...



Ваши собственные “головные боли”:
перечислите проблемы, с которыми вы сталкиваетесь,
и предложите возможности для их решения.



Скопируйте пример с другого рынка
и усовершенствуйте его.



Проанализируйте цепочку создания ценности
и возможности в ней.

ИСТОЧНИКИ ИДЕЙ. ПРОБЛЕМЫ РЫНКА

- Выявите проблемы рынка, проведя интервью с потенциальными и существующими потребителями. Оцените, насколько эти проблемы повсеместны.
- Проанализируйте различные технологии (внутри и вовне компании) и рассмотрите, как они могут быть использованы для выявленных проблем на рынке.

- Проблемы = возможности
- Многие удачные продукты появились из поиска решения для насущной проблемы
- Что является источником проблемы?

ИСТОЧНИКИ ИДЕЙ. ВЫЯВЛЕНИЕ ЛАКУН

Проблемы рынка	Срочность	Распространенность	Готовность потребителя платить

ИСТОЧНИКИ ИДЕЙ. ПОИСК СВОБОДНОЙ РЫНОЧНОЙ НИШИ. ПРИМЕР



ИСТОЧНИКИ ИДЕЙ. МОДИФИКАЦИЯ СУЩЕСТВУЮЩИХ ПРОДУКТОВ

Три способа модификации существующего
продукта или идеи:

①

Улучшение

②

Расширение

③

Специализация

МОДИФИКАЦИЯ СУЩЕСТВУЮЩИХ ПРОДУКТОВ: УЛУЧШЕНИЕ

**Улучшение/доработка характеристик –
дешевле, лучше, быстрее, удобнее.**



DOS и Windows;



Кинескопный и плазменный телевизор;



Монитор – ноутбук – планшет;



Пропеллерный двигатель
и реактивный двигатель

МОДИФИКАЦИЯ СУЩЕСТВУЮЩИХ ПРОДУКТОВ: РАСШИРЕНИЕ

Добавление новых функций или характеристик



Смартфон



Зубная щетка с
встроенной зубной пастой



Ручка с фонариком



Интернет вещей



Торгово-развлекательные
центры



Швейцарский нож

МОДИФИКАЦИЯ СУЩЕСТВУЮЩИХ ПРОДУКТОВ: СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ

Создание и обслуживание отдельной ниши.

- Бюджетные авиакомпании
(Ryan Air, Air Deccan);

- Инвестбанки;

- Специализированные больницы;

- Специализированные
хедхантинговые компании

МОДИФИКАЦИЯ СУЩЕСТВУЮЩИХ ПРОДУКТОВ: SCAMPER

Substitute

Замените

Combine

Совместите

Adapt

Адаптируйте

Modify

Модифицируйте

Put to other uses

Используйте иначе

Eliminate

Исключите

Reverse

Разберите

ИСТОЧНИКИ ИДЕЙ. ПОТРЕБИТЕЛИ

Потребитель, как источник идей и партнер при проектировании:



ЧТО ГОВОРЯТ ПОТРЕБИТЕЛИ?

- Что нравится/ не нравится
- Предпочтения/ отношение
- Убеждения, желания
- Критерии выбора



ЧТО ДЕЛАЮТ ПОТРЕБИТЕЛИ?

- При использовании товара
- Привычки, связанные с шоппингом
- Принципы оценки
- Правила совершения покупки

ИСТОЧНИКИ ИДЕЙ. ПОТРЕБИТЕЛИ

Потребитель как источник идей и партнер при проектировании:



КТО
ПОТРЕБИТЕЛИ?

- Ролевые обязанности
- Личность
- Демография



КАК ИЗМЕНЯЮТСЯ
ПОТРЕБИТЕЛИ?

- Тенденции изменения запросов
- Количество работающих в семье
- Динамика возрастной структуры

ИСТОЧНИКИ ИДЕЙ. ТРЕНДЫ

- Проанализируйте существующие технологические и потребительские тренды: как их можно применить в вашей отрасли/для вашего бизнеса?
- Совместите два или три тренда: какие новые продукты можно создать на основе этого сочетания?

Pre - Experience

Experience

Post - Experience



Есть много идей, еще множество придумаете вы, выберите из них одну – лучшую и сконцентрируйтесь на ее реализации.



Возможно, вы считаете, что проверка идеи – это долго и отвлекает от главной цели: сделать продукт.

Но переделывать готовый продукт еще дольше и затратнее, чем проверить идею заранее.

КАК ВЫБРАТЬ ИДЕЮ?



- Время

- Технико-экономические параметры

- Пригодность идеи к обстоятельствам
предпринимателя

КАК ВЫБРАТЬ ЖИЗНЕСПОСОБНУЮ ИДЕЮ?

Ответьте на следующие вопросы:

- Почему это хорошая идея?
- Каковы предположения?
- Какой тип клиента будет покупать его?
- Почему?
- Перечислите четыре причины, почему идея не будет работать.
- Перечислите четыре причины, почему это будет работать.
- Каковы различия?

Интуиции недостаточно!

Необходимо исследовать рынок:

- Размер рынка
- Анализ конкурентной среды
- Состояние рынка и тренды
- Возможности получения прибыли



Делайте только то, в чем хорошо разбираетесь



Smart & Simple:

один тип клиентов – одна проблема – одно решение



Наличие конкурентного преимущества

КАК СФОРМУЛИРОВАТЬ БИЗНЕС-ИДЕЮ?



ФОРМУЛИРОВКА БИЗНЕС-ИДЕИ: КЛЮЧЕВЫЕ ВОПРОСЫ

- Какую проблему решает продукт?
- Как?
- Для кого?
- Секретный соус

**Формулировка бизнес-идеи –
это визитная карточка проекта**

КАК СФОРМУЛИРОВАТЬ ВАШУ БИЗНЕС-ИДЕЮ?

Я делаю проект _____,
(название проекта)

который создает _____,
(определение предложения клиентам)

помогающий _____,
(описание аудитории)

Решать _____
(проблема)

при помощи _____.
(технология)

ФОРМУЛИРОВКА БИЗНЕС-ИДЕИ: ПРИМЕР

“Я делаю проект IntelligentRetail,

Который создает ценность для аналитиков, предоставляя сервис,

помогающий маркетологам в торговых центрах решать задачу проведения маркетинговых исследований

в автоматическом режиме при помощи системы видеонаблюдения и разработанных нами математических алгоритмов.”

ФОРМУЛИРОВКА БИЗНЕС-ИДЕИ: ПРИМЕР

Пример 2.

ЕТРАНСПОРТ

B2C

Мобильное приложение для смартфонов и веб-сервис, которые подскажут когда подъедет общественный транспорт на остановку в режиме реального времени.



B2B

Бесплатный интернет-сервис, который обеспечивает многоуровневую защиту сайтам от спама, помогая владельцам сайтов обеспечивать должный уровень безопасности с помощью интерактивной капчи нового поколения.

КОНЦЕПЦИЯ. КЛЮЧЕВЫЕ ВОПРОСЫ

- Что будет представлять собой продукт?
- Какую функцию будет выполнять продукт?
- Как товар будет использоваться?
- Где он будет использоваться?
- Когда он будет использоваться?
- Кто будет его использовать?
- С кем и чем будет использоваться продукт?

Проверка концепции

Описание предполагаемого товара представляется в виде формулировки концепции, описывающей идею в **терминах выгод и ценностей на понятном потребителю языке**.

Варианты проведения:

- предлагается серия формулировок концепции.
- глубоко изучается только одна концепция.
- формулировка концепции товара предлагается наряду с существующими конкурентами.

Дополнительный анализ концепции



- Выявление дополнительных способов применения или рынков
- Выявление целевых сегментов и позиционирование на них
- Выявление относительной значимости свойств и критериев выбора
- Предложения по ценовой политике
- Выявление критических замечаний
- Выявление конкуренции
- Предсказание каннибализма
- Прогнозирование вероятного объема продаж

ПОРА ДЕЙСТВОВАТЬ:



Теперь у вас есть **инструменты** генерации идей, оценки, отбора и формализации идеи.

После этого занятия у вас **должна быть готовая идея**, с которой вы будете работать в дальнейшем.



- Придумайте идеи, выберите из них наиболее перспективную и сформулируйте ее

- Это станет тем проектом, с которым вы будете работать на протяжении всего курса

фрии

ВОПРОСЫ?
