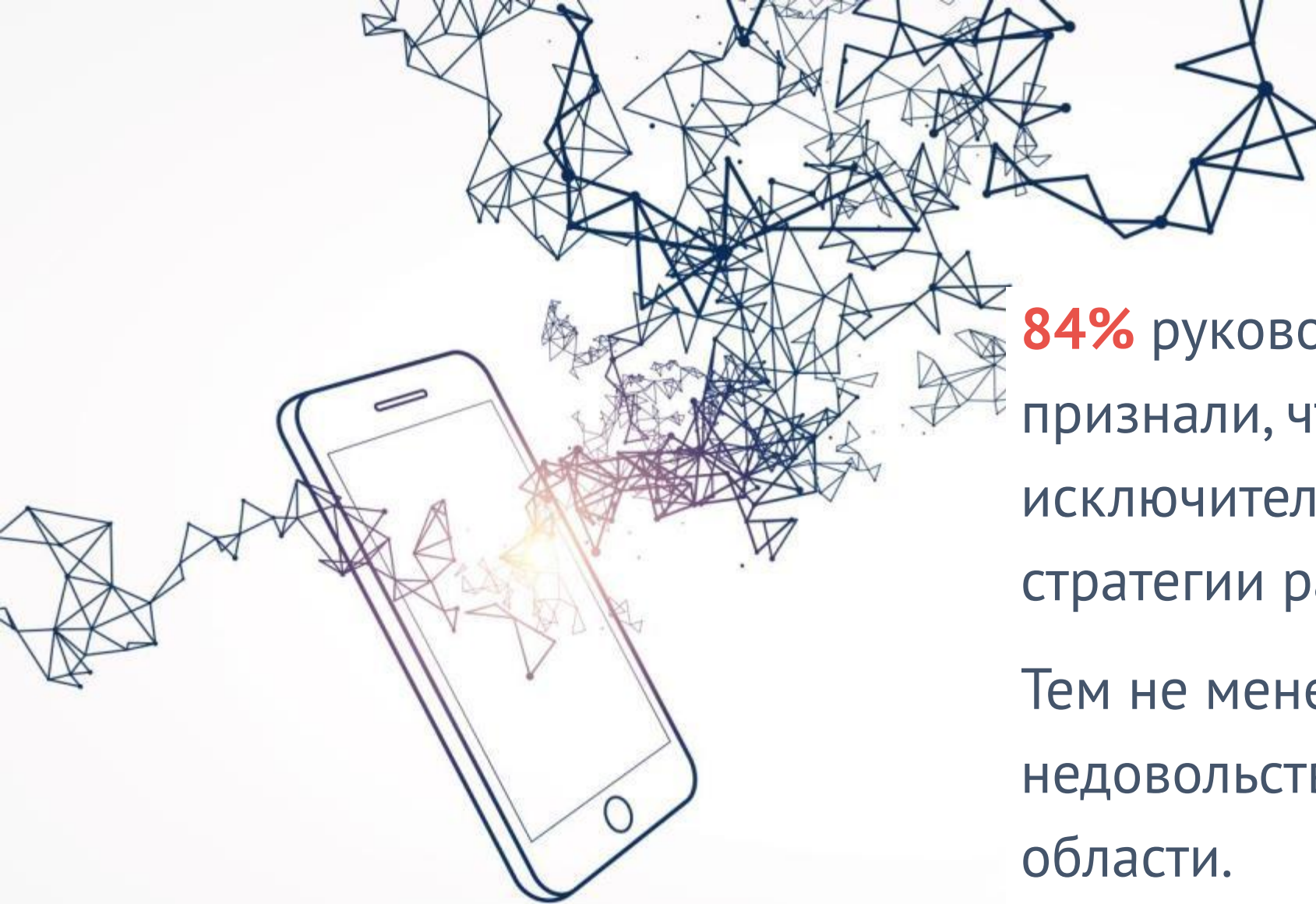




# Иновации и маркетинг

MOMO  
GROUP



**84%** руководителей со всего мира признали, что инновации играют исключительно важную роль в стратегии развития компании.

Тем не менее **94%** выразили свое недовольство успехами в этой области.

**из опросов McKinsey**

## Вчера

Мы занимались лишь продвижением созданных продуктов и услуг. Нашей главной задачей было найти способ так рассказать (показать) продукт / услугу, чтобы его захотелось купить.

Клиенты приходили только за продвижением

## Сегодня

Мы можем быть лидерами команд, которые создают идеи продуктов / услуг не только с производителями, а даже вместе с покупателями.

Клиенты приходят за созданием идей продукта/услуги и продвижением

# Почему?

MOMO  
GROUP




Медленно.  
По-старому не работает.




Если не ты, то конкурент.

MOMO  
GROUP

The background features a complex network of thin, dark lines connecting various points, creating a web-like structure. On the left side, there are several clusters of small, dark triangles and dots, some of which are highlighted in shades of blue and orange. The overall aesthetic is modern and technical, suggesting a focus on data, technology, or business strategy.

Никто лучше маркетолога не  
знает рынок и конкурентов


MOMO  
GROUP



Хороший маркетолог  
изучает покупателя

MOMO  
GROUP





Хороший маркетолог живет  
в будущем

# Чтобы создавать идеи успешных продуктов и услуг необходимо:

Читать настоящее:  
компания (ресурсы в т.ч. технологии), рынок,  
конкуренты **MARKETING STRATEGY**

Видеть будущее: **TRENDSPOTING**

Идти от человека: **DESIGN THINKING**



MOMO  
GROUP





WINPACKT





**Что это все такое?**



**MOMO**  
GROUP





**ИННОВАЦИЯ**  
продукт / сервис / бизнес-модель

**MOMO**  
GROUP

# Подходы к созданию инноваций





**Технологический**

**MOMO**  
GROUP

# Чтобы создавать идеи успешных продуктов и услуг необходимо:

Читать настоящее:  
компания (ресурсы в т.ч. технологии), рынок,  
конкуренты **MARKETING STRATEGY**

Идти от человека: **DESIGN THINKING**

Видеть будущее: **TRENDSPOTING**



## QUARTZ Bottle

Бутылка, которая чистит воду и саму себя за счет обработки ультрафиолетовым излучением.

По нажатию кнопки встроенная ультрафиолетовая подсветка уничтожит 99% бактерий, которые помимо вредоносного воздействия также придают обычным бутылкам неприятный запах.

# ROSS INTELLIGENCE






## ИКЕА

Компания ИКЕА предложила женщинам пройти тест на беременность с помощью специальной рекламной страницы в шведском журнале Amelia.

Рекламное объявление напечатано в шведском женском, на рекламной странице изображена детская кроватка, внизу расположена полоса, которая может использоваться в качестве теста на беременность: как и обычный тест, она способна показать изменение гормона ХГЧ в организме женщины.

При положительной реакции — появится новая цена, в два раза меньше изначальной.



**Маркетинг** – это способность компании чувствовать потребителя и меняться ради него.

Для нас очевидно, что успех бизнеса сегодня зависит от того на сколько хорошо он понимает и взаимодействует со своими клиентами.



A wireframe human figure stands on a path of geometric shapes, with a network of lines and dots in the background. The figure is composed of a grid of lines and dots, with a glowing orange head. The path is made of various geometric shapes, including triangles and polygons, leading towards the figure. The background is a light gray with a network of lines and dots, creating a sense of depth and connectivity.

**Антропоцентричный**

**MOMO**  
GROUP

# Чтобы создавать идеи успешных продуктов и услуг необходимо:

Читать настоящее:  
компания (ресурсы в т.ч. технологии), рынок,  
конкуренты **MARKETING STRATEGY**

Идти от человека: **DESIGN THINKING**

Видеть будущее: **TRENDSPOTING**



# DESIGN THINKING

**Антропоцентричный =**

**Человекоориентированный** подход говорит нам о том, что необходимо наблюдать за поведением людей. Искать идеи в выводах, основанных на наблюдении и эмпатии + вовлекать свою ЦА/экстремальную ЦА в процесс создания инноваций.

Цель такого подхода не в удовлетворении заявленных потребностей, а в выражении скрытых потребностей, о существовании которых люди не догадываются.



## Lumoid

Стремление потребителей опробовать товар перед покупкой оказывает влияние на рынок электроники.

В качестве примера можно привести сервис краткосрочной аренды гаджетов Lumoid.

Всего за 60 долларов в неделю вы можете взять на тест AppleWatch, чтобы окончательно понять, нужен ли вам этот гаджет стоимостью 550 долларов. За 5 долларов в день вы также можете взять в аренду квадрокоптер, чтобы определиться, какая именно модель вам нужна.



## Credit Suisse Bank

Credit Suisse банк переосмыслил традиционные аспекты детства по средствам виртуального компаньона.

Выпущенный Дигипиги умная копилка от банка. Копилка отвечает звуками и выражениями лица когда в нее падают деньги. Она также может быть привязана к разным счетам и реагировать на активность по ним.



## LOFTIUM

Покупка городского жилья недоступна до сих пор для многих.

**Лофтиум** – это не просто компания, а новая бизнес-модель, которая заключается в том, что компания дает ссуду до 50 000 долларов, а взамен вы сдаете спальню в своей новой квартире на Airbnb в течение, нескольких лет, пока не закроете ссуду с %.

# Shooz



skin + sole = Shooz



**Shooz** - портативная и легко настраиваемая обувь с возможностью изменения скинов.

Больше не нужно тратить деньги на множество пар обуви - просто меняйте скины и будьте стильными для каждого случая.

**Трендовый**

**MOMO**  
GROUP





# Чтобы создавать идеи успешных продуктов и услуг необходимо:

Читать настоящее:  
компания (ресурсы в т.ч. технологии), рынок,  
конкуренты **MARKETING STRATEGY**

Идти от человека: **DESIGN THINKING**

Видеть будущее: **TRENDSPOTING**



## Trendspotting

**Trendspotting** – (spotting - «обнаружение»), / **Трендвоинг** (watching – «наблюдение») означает деятельность по наблюдению за новыми тенденциями.

Это искусство замечать и прогнозировать, явлениям, которые сегодня можно сравнить всего лишь с легким дуновением ветра.



**Задача: создание инноваций для компании**

MOMO  
PRACTICE



WINPACKT



# TRANSPARENT RETAIL

*the process*



*no traditional markups*



# ВЫВОДЫ

# ВЫВОДЫ

1. **Инновации** – перспективное и захватывающее направление для развития. Уже существуют директора по инновациям и я верю, что лучшие вырастают из маркетологов и рекламщиков.
2. **Стратегический маркетинг, дизайн-мышление и trendspotting (trendwatching)** являются источниками вдохновения и кладезем полезного инструментария для создания инноваций.



# INNOVATION DAYS – ЭТО ТОЛЧОК

**Для создания новых продуктов / услуг / инноваций.**

**Зачем?** Запуск инноваций внутри компании даст возможность быстрее выводить новые продукты на рынок, стать конкурентоспособнее.

**Выявления будущих трендов (тенденций) и поиск новых возможностей для компании.**

**Зачем?** Понимание тенденций не только позволяет использовать их с пользой для бизнеса, но и возможно намеренно действовать вопреки им, выгодно выделяясь среди конкурентов.





**Мы вместе заглянем в будущее**

[www.mo-and-mo.com](http://www.mo-and-mo.com)

(812) 309-58-98

(499) 703-51-78

**MOMO**  
GROUP