



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



Никто лучше маркетолога не
знает рынок и конкурентов



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.



Антропоцентричный

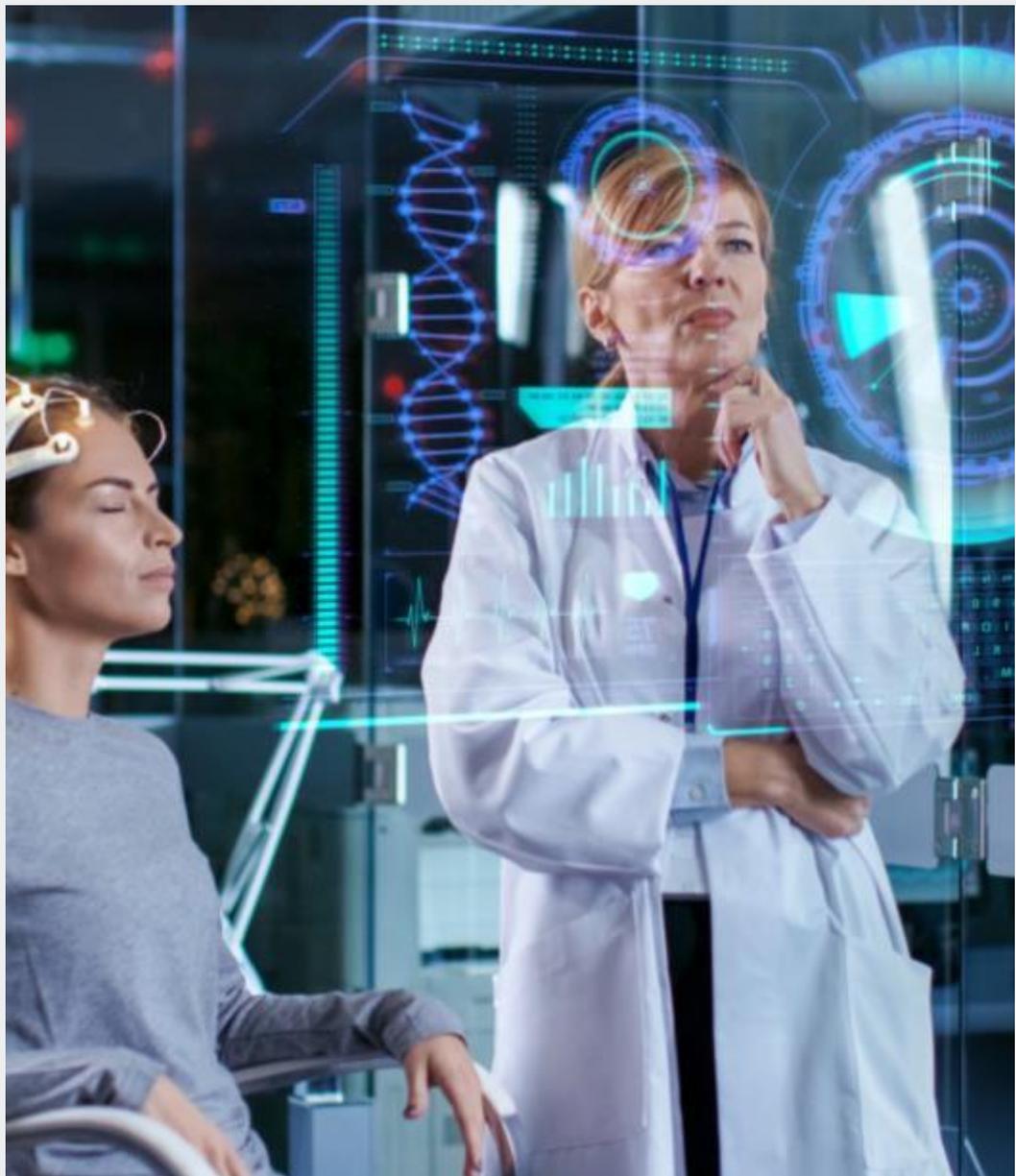
MOMO
GROUP

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.

An abstract graphic featuring a complex network of interconnected nodes and lines. The nodes are represented by small black dots, and the lines are thin, dark grey. The network is composed of several clusters of nodes, with some clusters being more densely packed than others. The overall shape of the network is somewhat elongated and irregular, with a central cluster that is the most prominent. The background is a light, off-white color.

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

(812) 309-58-98

(499) 703-51-78

MOMO
GROUP