

ПЕРВОЕ ЗАНЯТИЕ

ТЕМЫ ЗАНЯТИЯ:

Оператор многоэкранного мышления

Обратный мозговой штурм

MPV-анализ

Оператор многоэкранного мышления

Первый вопрос: что возможно, в принципе?

Второй вопрос: что возможно "сегодня"?

Третий вопрос: что следует делать "сегодня"?

НАДСИСТЕМА (НС) В ПРОШЛОМ	НАДСИСТЕМА (НС) В НАСТОЯЩЕМ	НАДСИСТЕМА (НС) В БУДУЩЕМ
СИСТЕМА (ТС) В ПРОШЛОМ	СИСТЕМА (ТС) В НАСТОЯЩЕМ	СИСТЕМА (ТС) В БУДУЩЕМ
ПОДСИСТЕМЫ (ПС) В ПРОШЛОМ	ПОДСИСТЕМЫ (ПС) В НАСТОЯЩЕМ	ПОДСИСТЕМЫ (ПС) В БУДУЩЕМ

Схема 1. Девять экранов мышления



Схема 2. Одиннадцать экранов мышления

Разбор(1 этап)



Рассматриваемая ТС иллюстрируется рис. 1, где изображен типичный современный дорожный чемодан.



Рис. 1. Вертикальный чемодан

второй шаг (выявление прошлого)



Схема 5. Экраны ТС и ее ПС «сегодня», «вчера», «позавчера»



Схема 6. Экраны ТС «Чемодан» и ее ПС «сегодня», «вчера», «позавчера»

третий этап

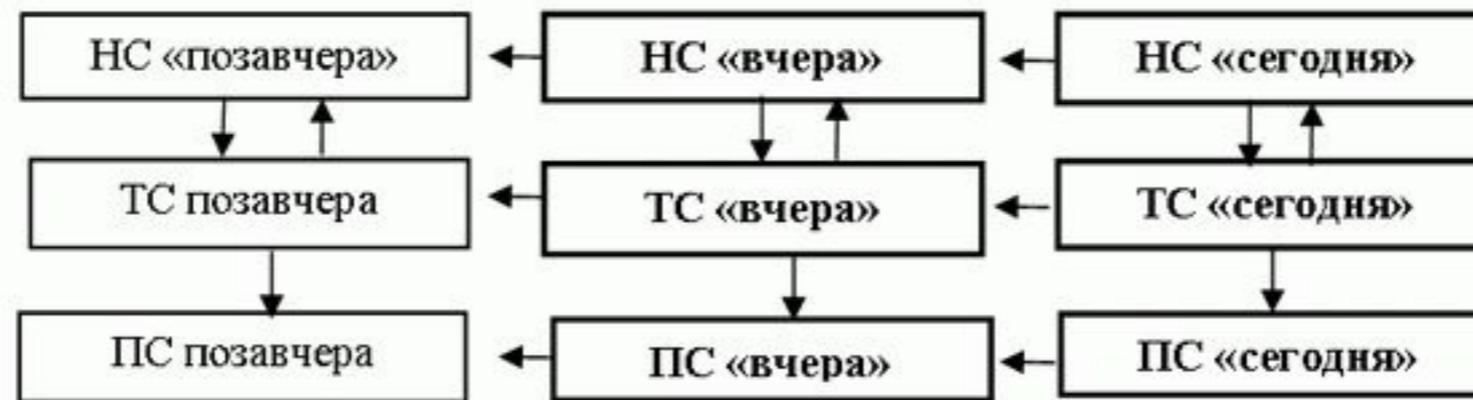


Схема 7. Экраны НС, ТС, ПС «сегодня», «вчера», «позавчера»



Схема 8. Экраны ТС «Чемодан» и ее ПС и НС «сегодня», «вчера», «позавчера»

ЭТАП ЧЕТВЁРТЫЙ

Близкими аналогами рассматриваемой в качестве примера ТС "Чемодан" являются портфели, сумки, рюкзаки и т.п.

Более далеким аналогом ТС "Чемодан" является контейнер.

Ее дальними аналогами в зависимости от формулировки ее функций будут такие разные ТС, как корпусная мебель (шкафы, комоды и т.п.), транспортные средства (автомобили, автобусы и т.п.), здания.

Этап 5. Анализ функциональных аналогов и определение их подсистем в настоящем и прошлом, аналогично тому, как это делалось для ТС на этапе 1.

Этап 6. Анализ надсистем и условий применения функциональных аналогов ТС в настоящем и прошлом, выявление изменений в надсистеме, которые привели к эволюции ТС и ее подсистем, аналогично тому, как это делалось для ТС на этапе 3.

Седьмой этап

Определение общих и отличающихся требований НС к изучаемой ТС и ее функциональным аналогам, их связь с общими и отличающимися "ответами" ТС и ее подсистем, а также "ответами" ее функциональных аналогов.

Обратный мозговой штурм

Обратная мозговая атака (обратный мозговой штурм)
– метод выявления недостатков объекта с целью последующего его совершенствования.

Метод разработан в компания "Дженерал электрик" (США).

СУТЬ

Используйте два «обратных» вопроса: вместо того, чтобы спросить себя «Как можно решить или избежать возникновение проблемы?» спросите «Как я могу вызвать проблему?».

А вместо вопроса «Как я могу достичь этих результатов?», задайте вопрос «Как я могу достичь противоположного эффекта?».

Как использовать

- 1 Четко определите проблему, запишите ее.
- 2 Переверните проблему и спросите себя «Как вызвать проблему и как вместо ее решения наоборот ухудшить?».
- 3 Проведите мозговой штурм и найдите самые разные варианты ухудшения ситуации.
- 4 Когда составлен список ухудшения проблемы, переверните их.
- 5 Оцените свои идеи. Видите ли вы потенциальное решение? Видите ли вы признаки возможного решения?

Пример

«Как можно повысить удовлетворенность пациентов?». Переворачиваем проблему: «Как вызвать у пациентов максимальное недовольство клиникой и ее услугами?».

Пример таких идей:

- Удвойте количество приемов у специалиста.
- Уберите стулья из приемной.
- Когда потенциальный или реальный пациент вам звонит, удерживайте его в режиме ожидания как можно дольше, а то и вовсе забудьте о нем.
- Пускай пациенты вас ждут не в приемной, а на улице.
- Обсуждайте проблемы пациентов публично.

MPV-анализ

Main Parameters of Value

Основные параметры стоимости

выявление этих параметров является важнейшей задачей на пути его дальнейшего совершенствования и успешного продвижения на рынке.

Важные свойства

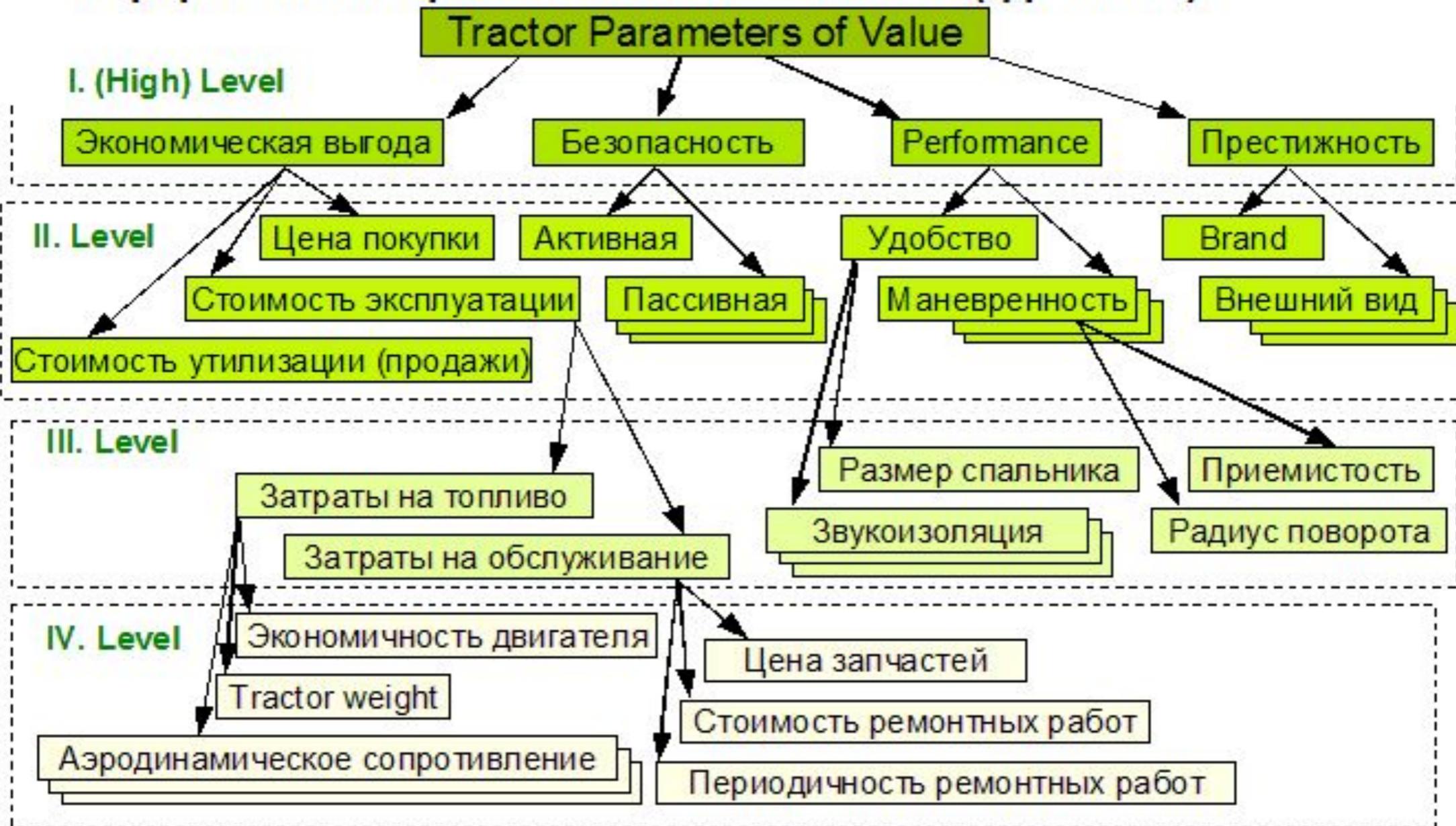
1. Смысл и содержание параметра должны однозначно и одинаково пониматься как всеми специалистами так и всеми рядовыми покупателями.
2. Параметр должен иметь достаточно простые критерии для его количественной оценки.

пример 1

Например, смысл и содержание такого параметра оценки грузовика как **Эксплуатационные качества**, который, достаточно часто применяется в обиходе, может трактоваться, а значит и оцениваться по-разному, пока не раскрыты входящие в него параметры более низких уровней. Поэтому рассмотрение таких слишком общих и поэтому неконкретных параметров верхнего уровня в качестве кандидатов на Main Parameters of Value нецелесообразно.

Выявление Main Parameters of Value

Иерархические Уровни Parameters of Value (фрагмент)



пример 2

Величина аэродинамического сопротивления грузовика сама по себе вряд ли определит решение о его покупке, скорее всего большее значение в принятии решения будет играть расход топлива, на который это аэродинамическое сопротивление влияет (или даже параметр еще более высокого уровня: величина финансовых затрат на топливо!).

ОПТИМАЛЬНЫЙ уровень

- Не слишком поверхностным:
- Должно быть понятно о каком конкретно свойстве идет речь;
- Должна быть возможность количественно охарактеризовать это свойство;
- Не слишком углубленным:
- Параметров не должно быть слишком много;
- Потребитель должен ясно понимать что и сколько он выиграет на каждый процент улучшения данного параметра и зачем этот выигрыш ему вообще нужен.

Алгоритм выбора кандидатов

Выявление Main Parameters of Value Оптимальный уровень детализации



Выявления MPV среди выбранных кандидатов

- * С учетом существующей шкалы ценностей того среднего покупателя, на которого данный продукт нацелен.
- * Опасно безоглядно направить все усилия на разработку, скажем, негорючего клея для теплоизоляционных матов только потому что клиент указал на этот параметр, как наиболее желательный для него.
- * Одинаково опасна и другая крайность - попытка убедить покупателя в том, что для него самым ценным является не тот параметр, который он указал в качестве главного, а совершенно другой только потому что мы знаем как этот другой параметр улучшить.