

Современный

СТАНДАРТ

маркетинговых компетенций
для достижения успеха!

marketing.hse.ru

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»



Высшая школа маркетинга
и развития бизнеса

Круглый стол
Технологический продукт:
пути решения проблем вывода и
развития

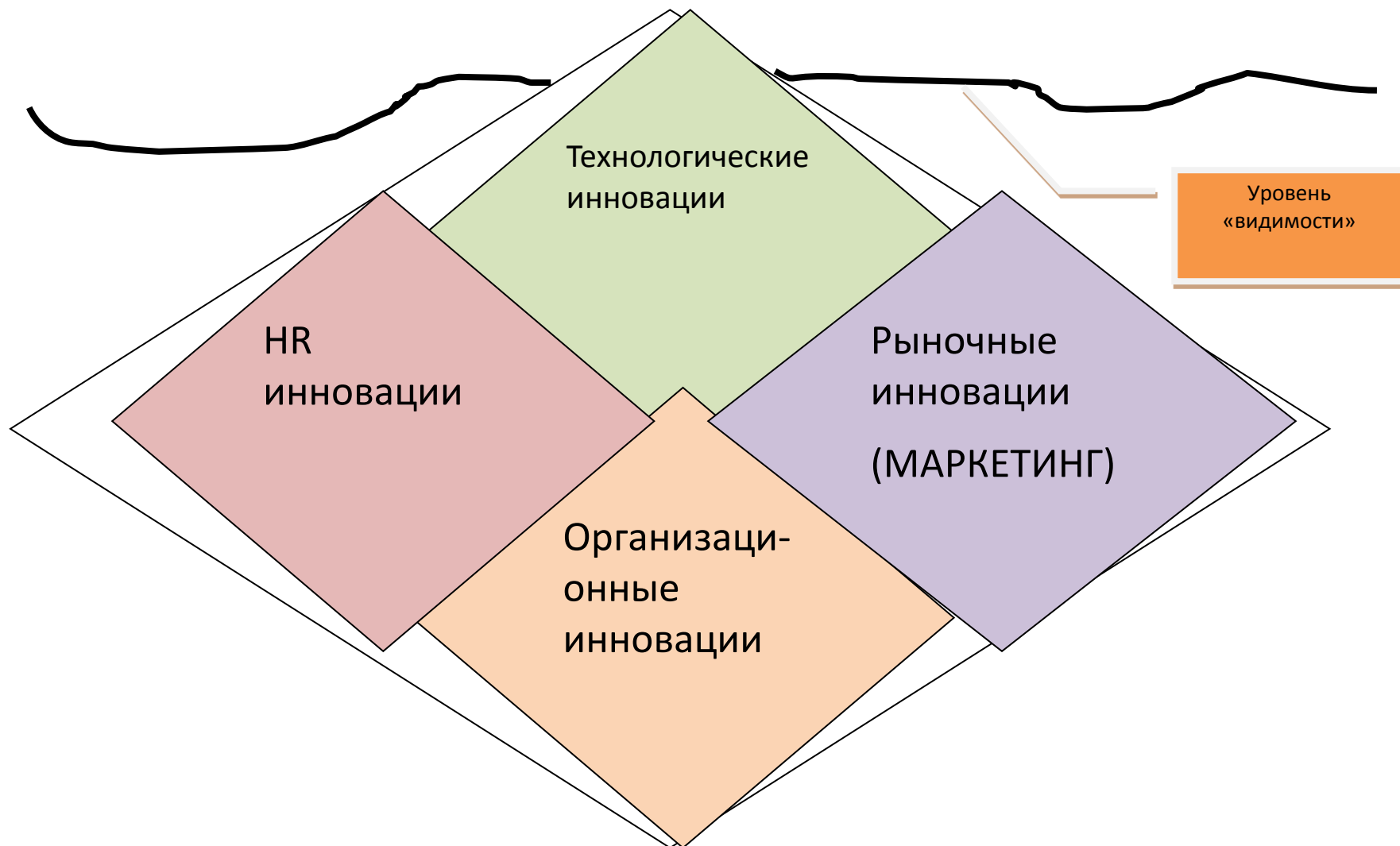
Токарев Б.Е.

15.10.2013

Примеры инновационных продуктов

- Шоколад с салом, с луком, с перцем
- Гранулированное пиво, бесцветное пиво
- 3D-принтеры (аддитивное производство)
- Ферромагнетики, изменяющие форму под влиянием внешних электромагнитных полей

Технологические инновации: «Айсберг» инноваций

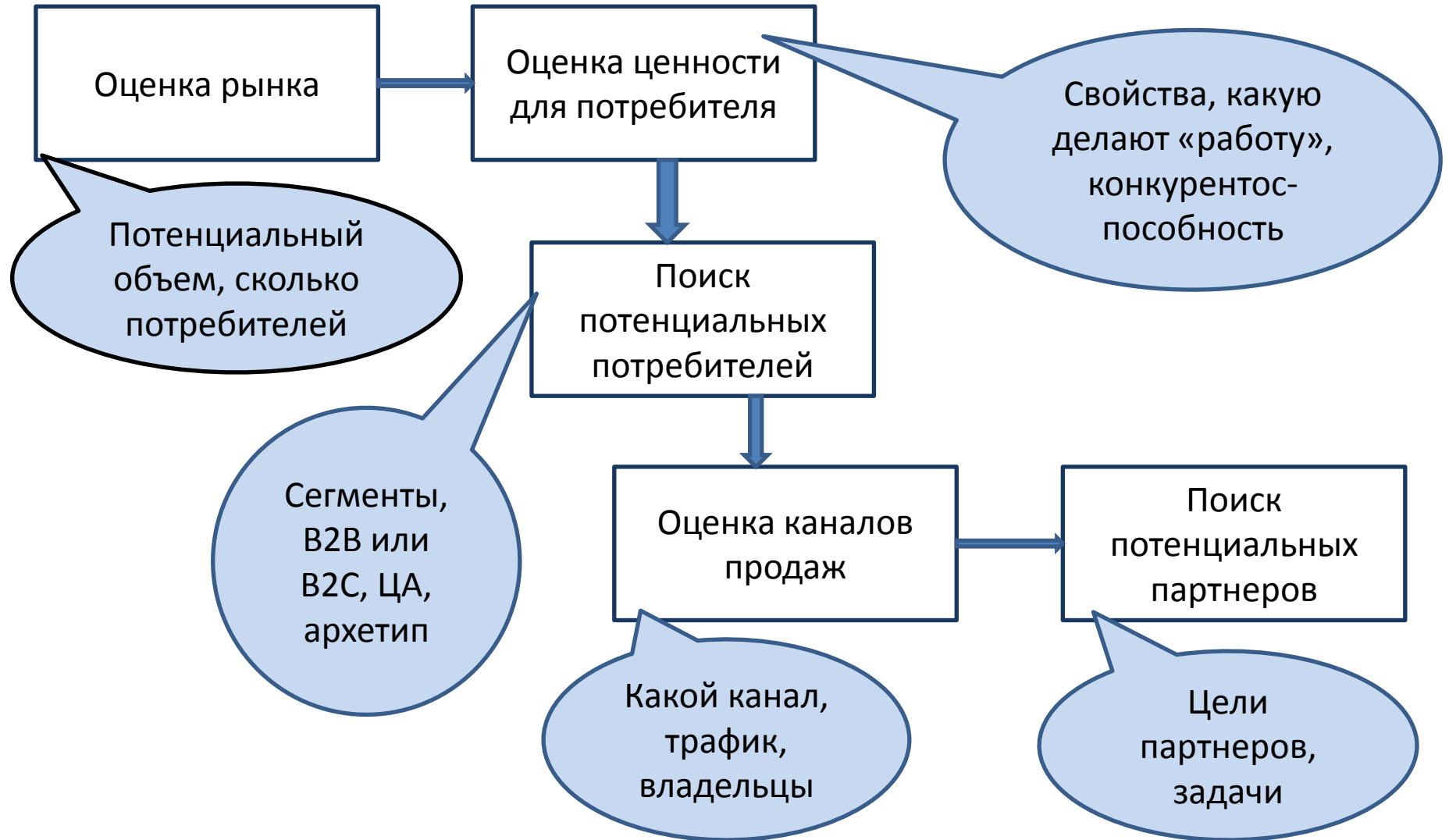


Две рыночные проблемы инновационного продукта

1. Рынок

2. Потребители

Анализ рынка: этап до start-up



Оценка ценности для потребителя

Формирование характеристик продукта – задача инженеров и разработчиков;

Формирование преимуществ продукта – задача маркетологов!!!

В идеале список преимуществ должен:

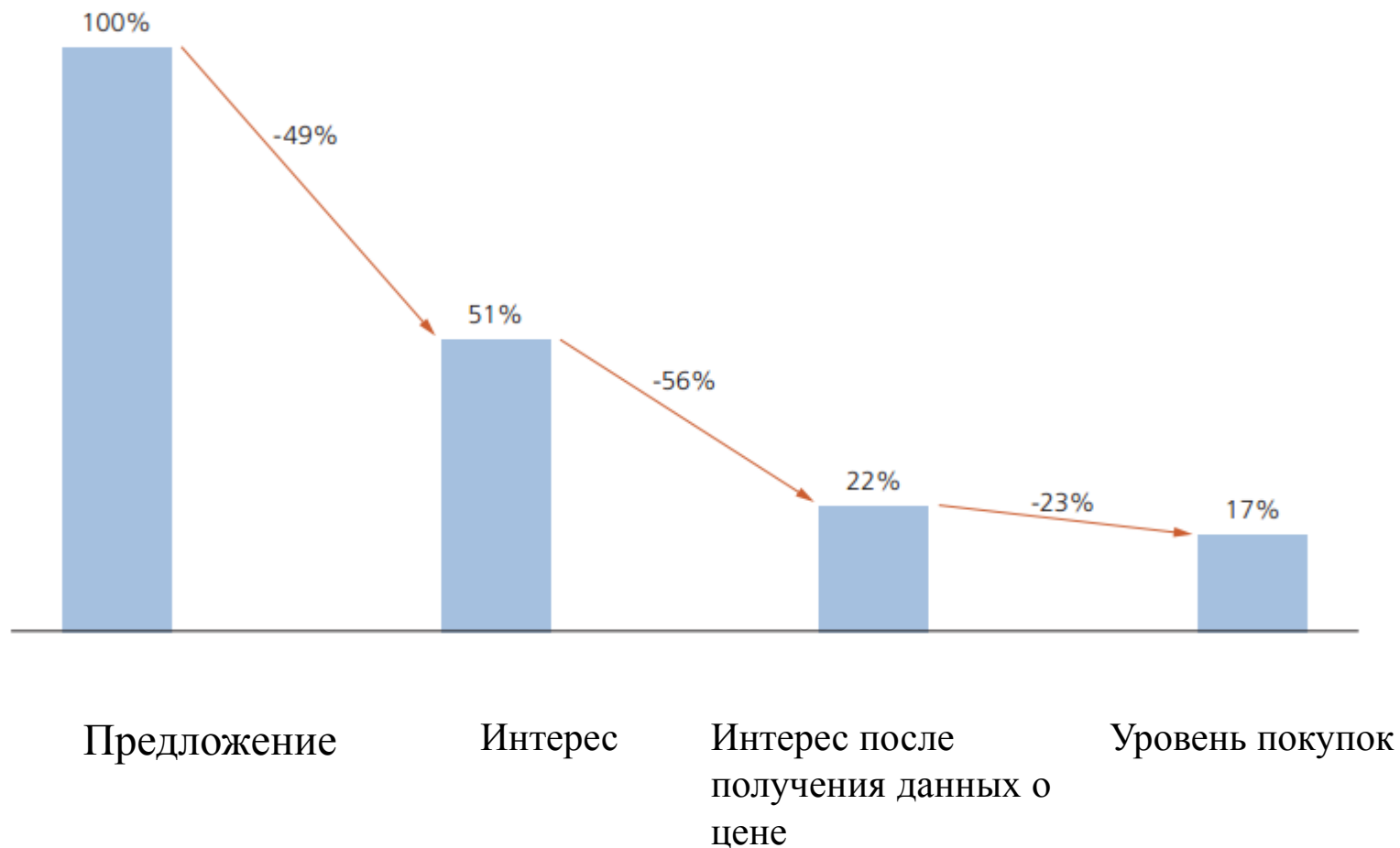
- Решать острую проблему потребителя;
- Обладать значительными преимуществами;
- Удовлетворять потребность.

(например: экономит время, дешевле, облегчает доступ, расширяет возможности, ускоряет процесс загрузки и обмена данными, лучше защищенность, надежная связь и т.д.)

Поиск потенциальных потребителей

- Определение проблем, потребностей и увлечений реальных потребителей (тест)
- Анализ существующих типов потребителей (инноваторы)
- Формирование архетипа потребителя (создание «портрета»)
- «День из жизни потребителя» (этнография)
- Карта влияния на потребителей (кто и как)

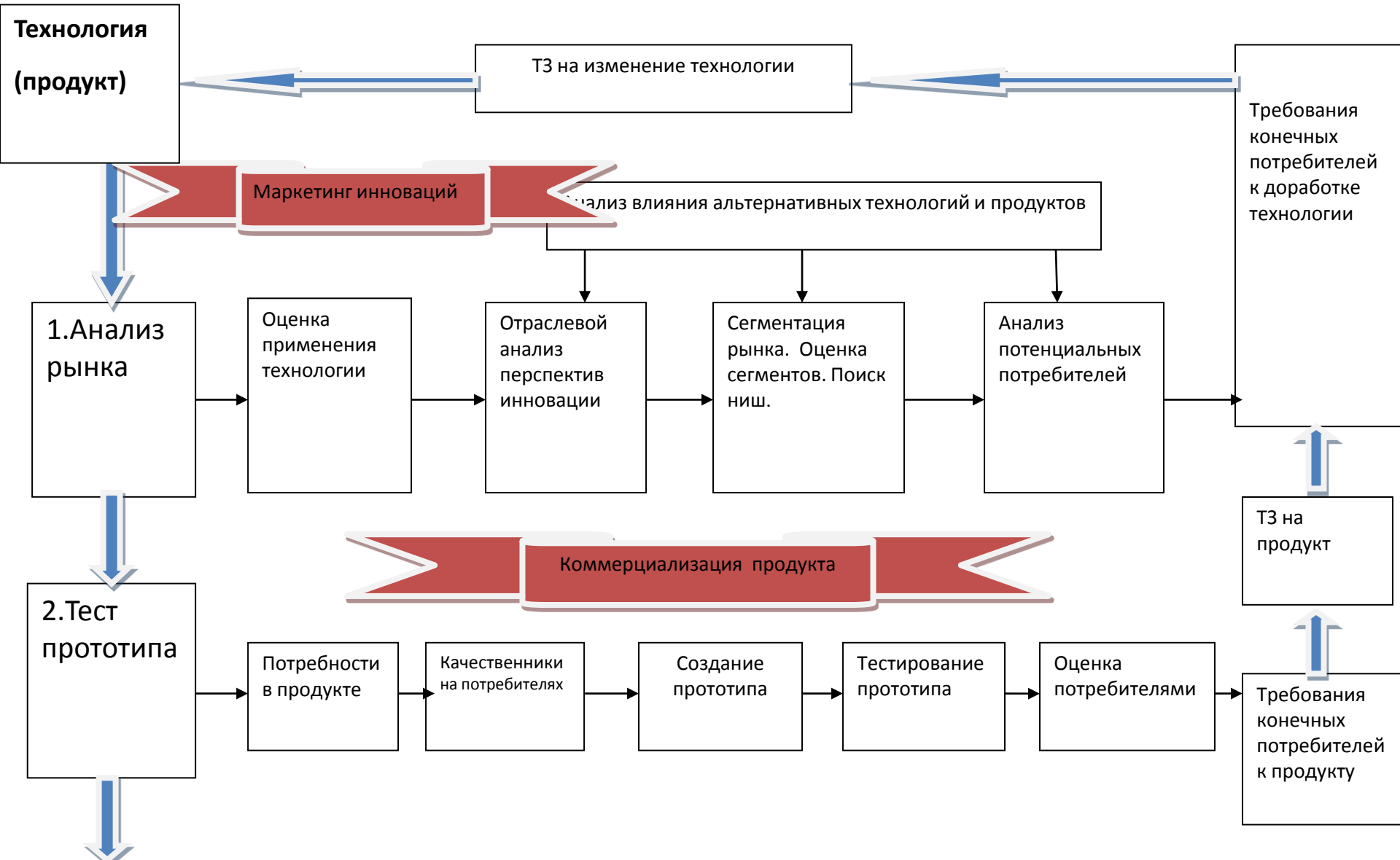
Динамика поведения потребителей инновационных продуктов



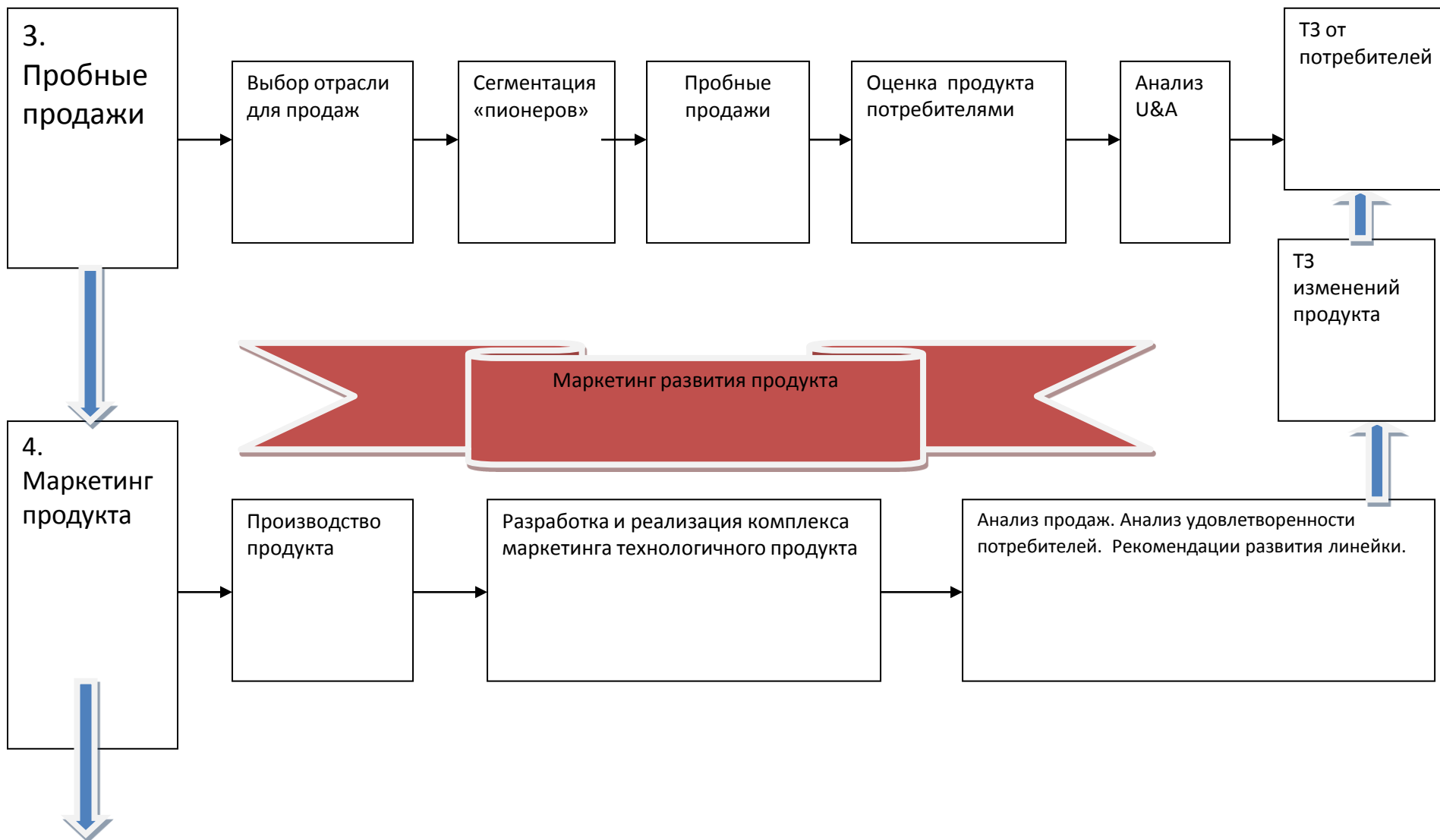
Модель Technomarketing[©]



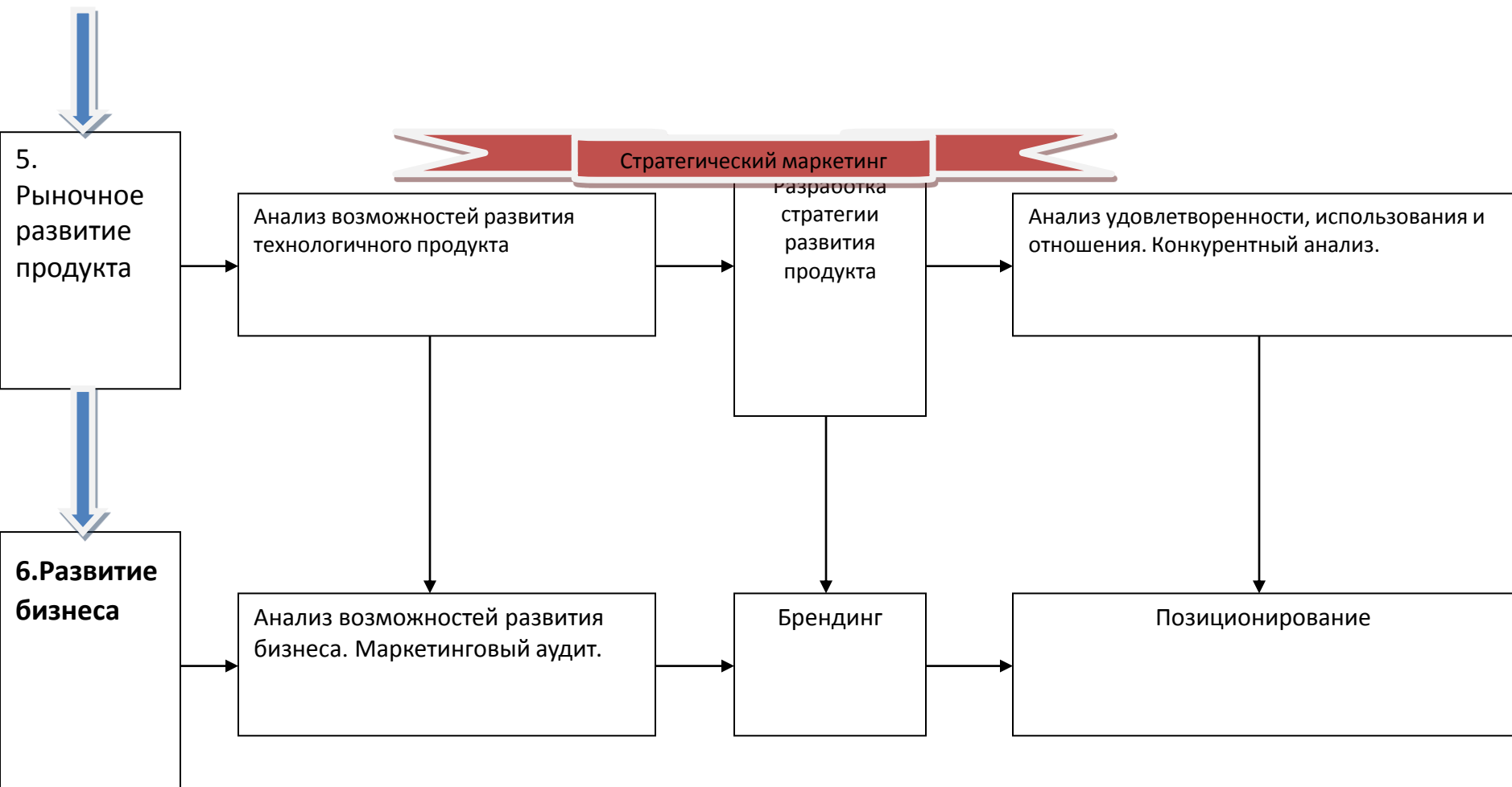
Модель Technomarketing[©]



Модель Technomarketing[©]



Модель Technomarketing[©]



Спасибо за внимание

Резюме проекта:

ПРОЕКТ ОРИЕНТИРОВАН

НА _____ (ниша – потенциальные клиенты),

КОТОРЫЕ _____ (квалифицировать
потребительские нужды).

НАШ ПРОЕКТ – это _____ (наименование и
основные характеристики),

ОБЕСПЕЧИВАЕТ _____ (ключевые качества,
преимущества),

В ОТЛИЧИЕ от _____ (конкуренты, продукты-
аналоги, заменители).

НАШ ПРОДУКТ _____ (каким способом доводится
до потребителей)

Итог разработки продукта должен содержать описания:

- Самого продукта и его предназначения;
- Потребителей продукта, целевой аудитории
- Рынка (показатели рынка)
- Дифференциацию продукта (чем отличается от других, конкурентоспособные качества)
- Конкурентов и способов защиты от них.