



**ПОМОГАЕМ СОЗДАВАТЬ НОВЫЕ ПИЩЕВЫЕ
ПРОДУКТЫ, ИСПОЛЬЗУЯ МОДЕЛЬ ОТКРЫТЫХ
ИННОВАЦИЙ**

В БЛИЖАЙШИЕ 20 МИНУТ

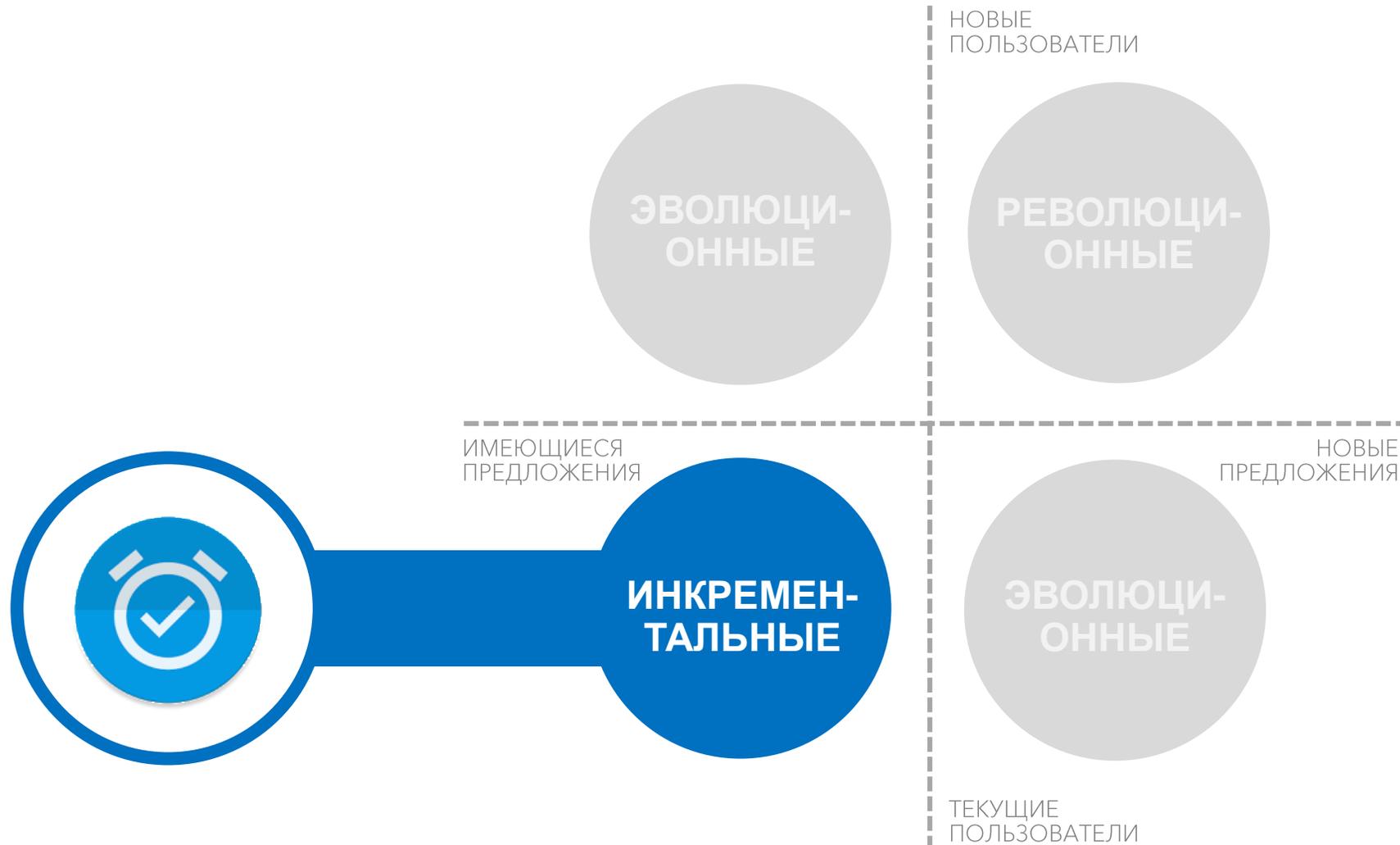
- Возможная роль сообщества в создании продукта
- Позитивный и негативный опыт
- Ограничения традиционных инструментов маркетинговых исследований
- Модель открытых инноваций для идентификации неактуализированных потребностей
- Подход Мабиус к разработке новых продуктов



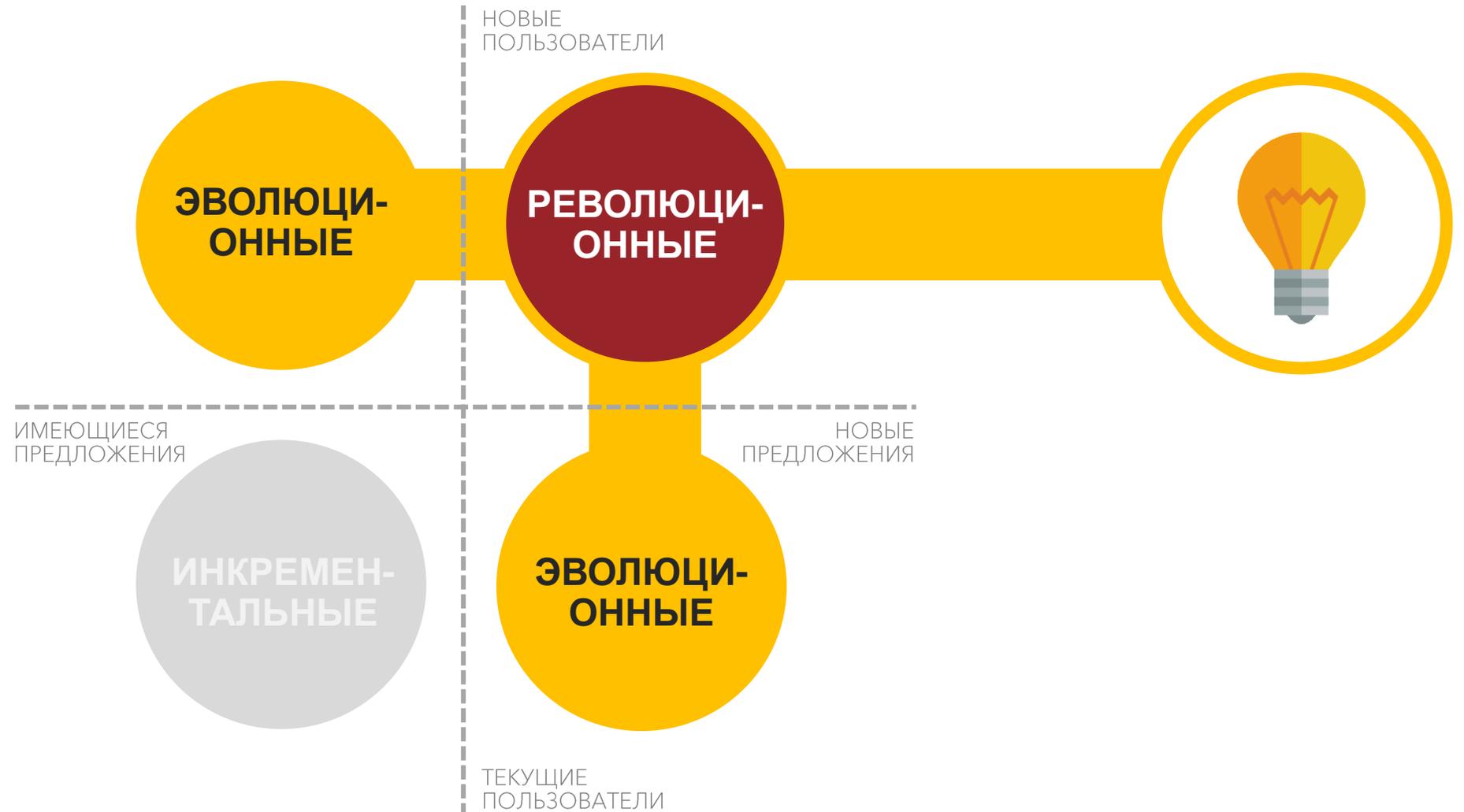
В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ КОМПАНИИ ВЫНУЖДЕНЫ УЛУЧШАТЬ СУЩЕСТВУЮЩИЕ И СОЗДАВАТЬ ПРИНЦИПИАЛЬНО НОВЫЕ ПРОДУКТЫ



В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ КОМПАНИИ ВЫНУЖДЕНЫ УЛУЧШАТЬ СУЩЕСТВУЮЩИЕ И СОЗДАВАТЬ ПРИНЦИПИАЛЬНО НОВЫЕ ПРОДУКТЫ



В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ КОМПАНИИ ВЫНУЖДЕНЫ УЛУЧШАТЬ СУЩЕСТВУЮЩИЕ И СОЗДАВАТЬ ПРИНЦИПИАЛЬНО НОВЫЕ ПРОДУКТЫ



МОЖЕТ ЛИ СООБЩЕСТВО ПОМОЧЬ КОМПАНИИ БЫСТРЕЕ ОСУЩЕСТВЛЯТЬ ИНКРЕМЕНТАЛЬНЫЕ УЛУЧШЕНИЯ ПРОДУКТА?



DeWALT БОЛЕЕ 3 ЛЕТ ИСПОЛЬЗУЕТ СООБЩЕСТВО КЛИЕНТОВ, ЧТОБЫ СОЗДАВАТЬ НОВЫЕ ПРОДУКТЫ БЫСТРЕЕ И ЛУЧШЕ



DEWALT INSIGHTS PANEL YOUR VOICE IS POWER

Thinking about the ladder you use most often, how important are the following?
Please select one response for each item.

	Extremely Important	Somewhat Important	Neither Important Nor Unimportant	Somewhat Unimportant
Mar-resistant end caps to protect surfaces	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Stability	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wide step surfaces	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lock in system to secure tools from falling	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
End	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Design for easy storage	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ladder	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Next

DeWALT БОЛЕЕ 3 ЛЕТ ИСПОЛЬЗУЕТ СООБЩЕСТВО КЛИЕНТОВ, ЧТОБЫ СОЗДАВАТЬ НОВЫЕ ПРОДУКТЫ БЫСТРЕЕ И ЛУЧШЕ

ИНКРЕМЕНТАЛЬНЫЕ

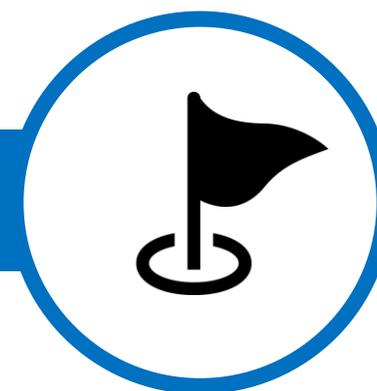


СООБЩЕСТВО



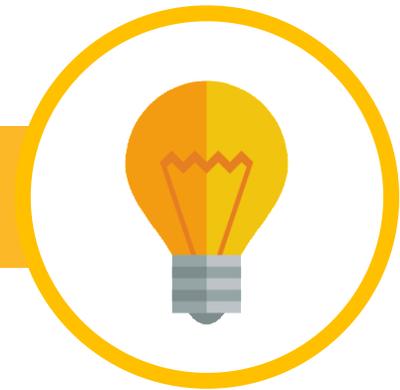
- ПОЛЬЗОВАТЕЛИ
- КЛИЕНТЫ

МОТИВАЦИЯ

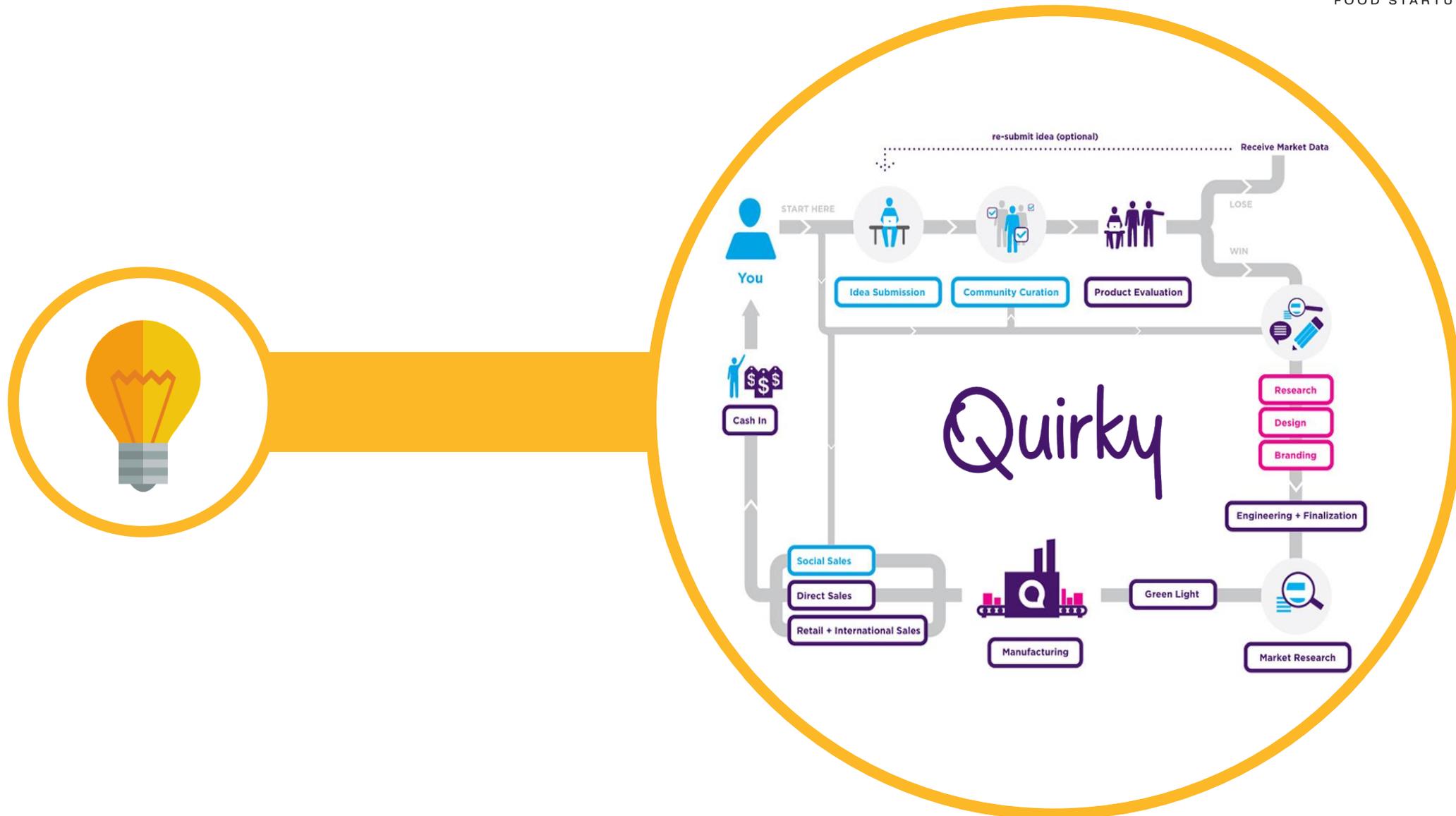


СДЕЛАТЬ ПРОДУКТЫ ЛУЧШЕ, ТАК КАК ЭТО ПОМОЖЕТ ИМ САМИМ СТАТЬ ЭФФЕКТИВНЕЕ И Т.П.

МОЖЕТ ЛИ СООБЩЕСТВО ПОМОЧЬ КОМПАНИИ ОСУЩЕСТВЛЯТЬ РАДИКАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ?



РАДИКАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ С ПОМОЩЬЮ СООБЩЕСТВА. ЭКСПЕРИМЕНТ ЦЕНОЙ \$190 000 000 И ДЛИТЕЛЬНОСТЬЮ 5 ЛЕТ



УЧАСТИЕ СООБЩЕСТВА МОЖЕТ ОКАЗАТЬСЯ ДЕСТРУКТИВНЫМ ПРИ СОЗДАНИИ КАРДИНАЛЬНО НОВОГО ПРОДУКТА

РАДИКАЛЬНЫЕ



СООБЩЕСТВО



- ШИРОКОЕ,
НЕСФОКУСИРОВАННОЕ

МОТИВАЦИЯ



- ПРОЯВИТЬ СЕБЯ, ДАВ
«ЭКСПЕРТНОЕ
МНЕНИЕ»
- ЗАРАБОТАТЬ,
ПРЕДЛОЖИВ ИДЕЮ

РАДИКАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ ОСНОВАНЫ НА НЕАКТУАЛИЗИРОВАННЫХ
НЕУДОВЛЕТВОРЕННЫХ ПОТРЕБНОСТЯХ

НЕАКТУАЛИЗИРОВАННАЯ ПОТРЕБНОСТЬ КАК ИГОЛКА В СТОГЕ СЕНА...



ДАЖЕ ВЕДУЩИЕ МИРОВЫЕ КОМПАНИИ ЧАСТО НЕ СПРАВЛЯЮТСЯ С ПОИСКОМ НЕАКТУАЛИЗИРОВАННЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ



До 2008 года рынок йогуртов в США принадлежал: Danone, General Mills, Kraft Foods

Chobani запущен в 2007 году

Бренд йогуртов №1 в США через 6 лет

ПОТОМУ ЧТО ЕСТЬ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ ИНСТРУМЕНТОВ

- Потребность актуализирована лишь у **небольшой доли населения**, пока не стала массовой
- Если исследовать **очень большую выборку** => отдельные нестандартные ответы воспринимаются как ошибки
- Если исследовать **маленькие выборки** => большие шансы, что в группу не попадет респондент с актуализированной потребностью, и что её не удастся зафиксировать



ПОТОМУ ЧТО ЕСТЬ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СРЕДЫ

- **Бюрократия:** стандарты, компромиссы, совещания, согласования, бумажная волокита
- **Нет права на ошибку** – нет амбициозных целей
- **Функциональное деление** – **перекладывание ответственности**
- **Больше рынок** – **выше ставки**

**В 6 РАЗ
ВЫШЕ**

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ
ИННОВАЦИЙ В МАЛЫХ
КОМПАНИЯХ, ЧЕМ В
КРУПНЫХ**

IT ИНДУСТРИЯ ПЕРВОЙ СТАЛА ИСПОЛЬЗОВАТЬ АЛЬТЕРНАТИВНУЮ МОДЕЛЬ - ОТКРЫТЫЕ ИННОВАЦИИ

Вместо того, чтобы искать иголку в стоге сена, IT компании и венчурные фонды **делают так, что «иголка находит их сама».**

- Среди множества потребителей есть тот, кто эту потребность осознал и понимает. Более того он понимает, что эта же потребность есть не только у него, но и в его окружении и на этом можно сделать бизнес. Этот потребитель – носитель инсайта;
- Задача компании/фонда, заинтересовать его, предложив инвестиции, экспертизу, связи;
- Многочисленные инновационные IT компании, в том числе AirBnB, Dropbox, Instagram возникли именно так.



РАДИКАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ ОСНОВАНЫ НА НЕАКТУАЛИЗИРОВАННЫХ
НЕУДОВЛЕТВОРЕННЫХ ПОТРЕБНОСТЯХ

**НЕАКТУАЛИЗИРОВАННАЯ
ПОТРЕБНОСТЬ КАК ИГОЛКА В
СТОГЕ СЕНА...**

**НО СТАРТАПЫ МОГУТ
ПОМОЧЬ НАЙТИ ЕЁ**



СТАРТАПЫ ЛУЧШЕ СПРАВЛЯЮТСЯ С РАДИКАЛЬНЫМИ ИННОВАЦИЯМИ

- + Мотивация предпринимателя
- + Сам клиент – понимает потребность
- + Кросс-функциональность команды
- + Гибкость и быстрота адаптации

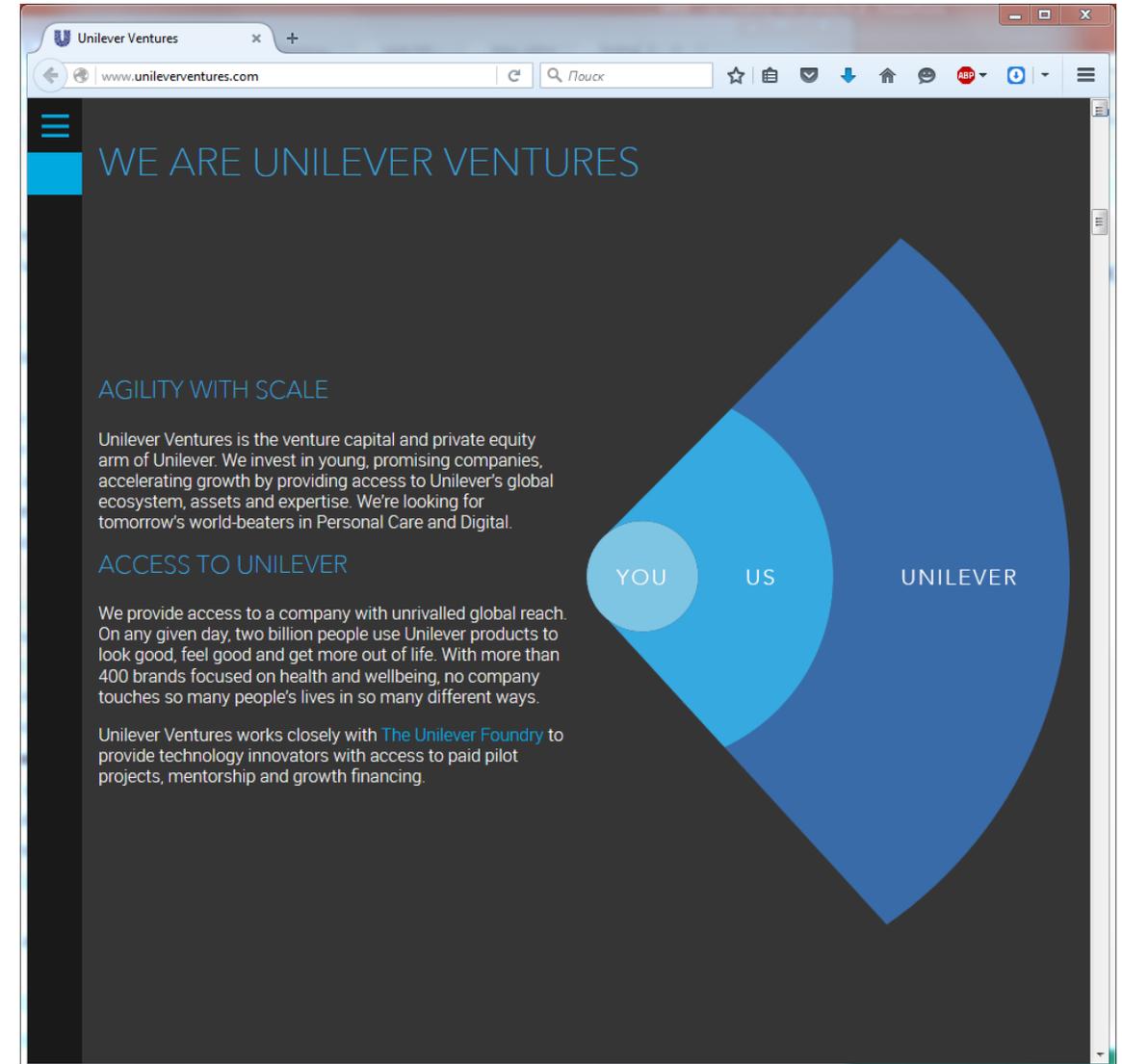
**JUST
DO
IT.**

НЕ ТОЛЬКО IT, НО FMCG КОМПАНИИ ИСПОЛЬЗУЮТ МОДЕЛЬ ОТКРЫТЫХ ИННОВАЦИЙ

Кейс: Unilever Ventures

Unilever Ventures – венчурный фонд компании Unilever. Инвестирует в перспективные компании, ускоряет их развитие, предоставляя доступ к глобальной экосистеме Unilever, активам и экспертизе.

- Основан в 2002
- €450 млн. под управлением
- Работает в Европе, Северной Америке и Азии





**ПОМОГАЕМ СОЗДАВАТЬ НОВЫЕ ПИЩЕВЫЕ
ПРОДУКТЫ, ИСПОЛЬЗУЯ МОДЕЛЬ ОТКРЫТЫХ
ИННОВАЦИЙ**



1

ЗАПРОС

ЗАПРОС НА НОВЫЙ
ПРОДУКТ В
ОПРЕДЕЛЕННОЙ
КАТЕГОРИИ



2

ПОИСК ИННОВАЦИОННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

ПОИСК И СБОР БАЗЫ
ПЕРСПЕКТИВНЫХ
ПРОЕКТОВ КАК ВНУТРИ
КОМПАНИИ, ТАК И ЗА ЕЕ
ПРЕДЕЛАМИ

3

СКРИНИНГ И ОЦЕНКА

ОБЪЕКТИВНЫЙ ОТБОР ПРОЕКТОВ С НАИБОЛЬШИМ ПОТЕНЦИАЛОМ

МАТРИЦА ПОТЕНЦИАЛА ПРОЕКТА

WIRED PASSION Высокая воспринимаемая ценность, в узкой группе, потенциально высокой маржи	BIG IDEA Идея имеет хороший потенциал стать массово-экономической	STAR Очень высокий потенциал продаж. Оптимизировать результаты как на узкой, так и на широкой целевой аудитории
NICHE Низкая воспринимаемая ценность	GIVE ME CHANCE Средние оценки на обеих аудиториях. Средние шансы, но потенциал для улучшения, актуальным	FIX&FLY Широкая аудитория оценила продукт лучше, чем узкая. Целевая аудитория позиционирования требует уточнения
		WHAT'S WRONG? Неверно определена ЦА

ОЦЕНКА ВКУСОВ TURF-АНАЛИЗ

Узкая целевая аудитория	Широкая целевая аудитория
Вкус 1: 51.8	Вкус 1: 65.7
Вкус 2: 10.8	Вкус 2: 11.4
Вкус 3: 4.9	Вкус 3: 4.8
Вкус 4: 2.0	Вкус 4: 1.9
Вкус 5: 0.0	Вкус 5: 1.0

ОЦЕНКА ЦЕНЫ

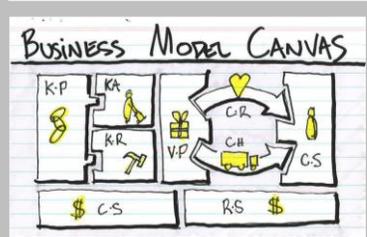
ПРОДУКТ	БЕЗ ЦЕННЫ	С ЦЕННЫ
Шофский, 400 гр.	57%	39%
Васаби, 400 гр.	43%	31%
Сладкий Чили, 400 гр.	48%	34%
Карри, 400 гр.	46%	33%
Тривель, 400 гр.	48%	41%

ОЦЕНКА КОНЦЕПЦИИ (УЗКАЯ ЦА)

LIKING
На данный момент выдвинуты наиболее перспективные ЦА, с точки зрения выгоды и маржинальности. Мы уверены, что через 6-8 недель (с учетом выводов из предыдущих исследований) мы сможем выявить более точные сегменты аудитории.

DISLIKING
Основная причина отказа от покупки - отсутствие интереса к продукту. Мы уверены, что через 6-8 недель (с учетом выводов из предыдущих исследований) мы сможем выявить более точные сегменты аудитории.

ПОДХОД МАБИУС К РАЗРАБОТКЕ НОВЫХ ПРОДУКТОВ ПО МОДЕЛИ ОТКРЫТЫХ ИННОВАЦИЙ



4

АКСЕЛЕРАЦИЯ

ИНВЕСТИЦИИ И
ЭКСПЕРТНАЯ
ПОДДЕРЖКА ДЛЯ
СОЗДАНИЯ БРЕНДА И
РАЗРАБОТКИ
КОММЕРЧЕСКИХ
ОБРАЗЦОВ





5

ТЕСТ-МАРКЕТ

ПРЕДПРОДАЖИ ЧЕРЕЗ
ТЕСТОВЫЕ КАНАЛЫ
СБЫТА (РЕТЕЙЛ, HoReCa,
E-COMMERCE)





МАСШТАБИРОВАНИЕ

ИНВЕСТИЦИИ В
ПРОИЗВОДСТВО И
ДИСТРИБУЦИЮ



СПАСИБО!

Александр Киселёв
ak@mobius.ru
+7 926 571 13 95