

Запуск инноваций с нуля

Два подхода для компаний с разным ДНК

Давайте знакомиться



Евгений Нелепко

Частный консультант по инновациям и трансформации бизнеса

Ex-руководитель проектов по трансформации бизнеса и лидер по открытым инновациям Леруа Мерлен

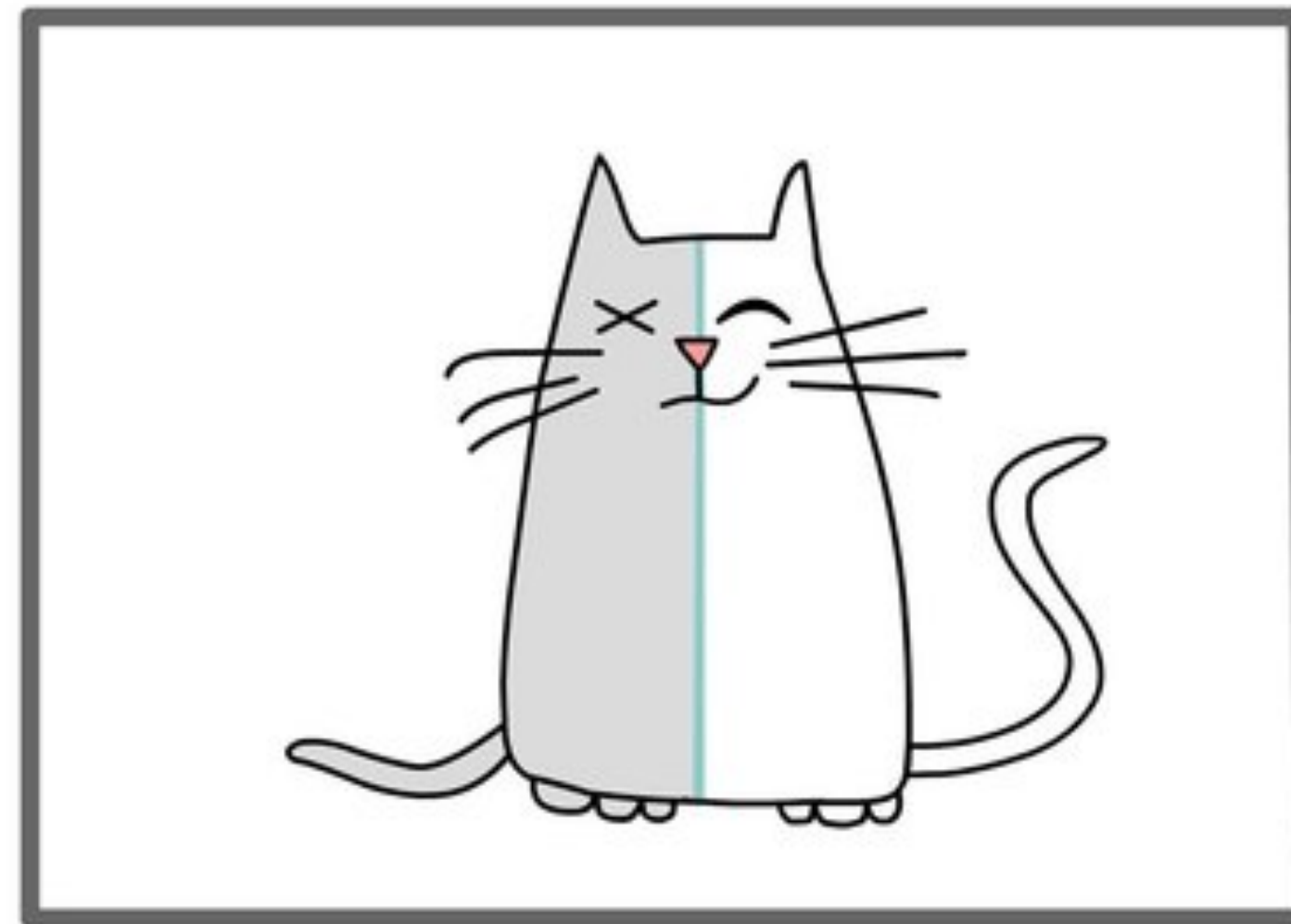
Ex-трекер очного акселератора ФРИИ

Работал с компаниями Oney Bank, Сделано и портфельными компаниями ФРИИ

Что такое инновации?

Schrödinger's Cat

Действия, результат которых неочевиден



Что такое стратегия?

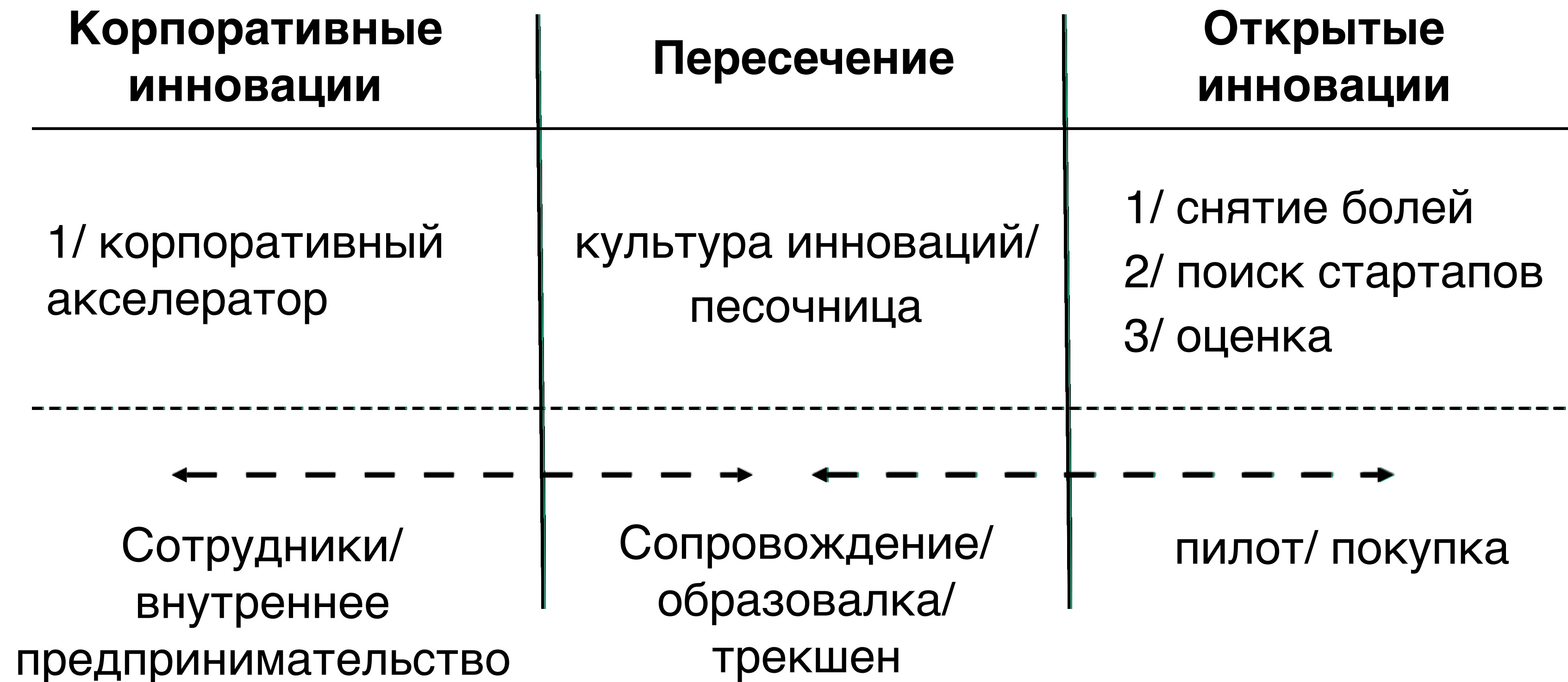


Приоритизация действий
или «делай то, что нужно,
а что не нужно - не делай»

Зачем нужны инновации?

- Модель роста бизнеса исчерпала себя
- Собственники/ ТОП-менеджеры хотят хайпа
- Диверсификация бизнеса
- Инновации хочет сам инноватор ;)

Матрица «Кочарян-Нелепко»



узнайте «боль» своего клиента

1/ провести CustDev 

2/ определить, существует ли запрос на инновации



- Спроси маму: Как общаться с клиентами и подтвердить правоту своей бизнес-идеи, если все кругом врут?

«Снизу-вверх» 1/2

1/ провести CustDev интервью в разных функциях

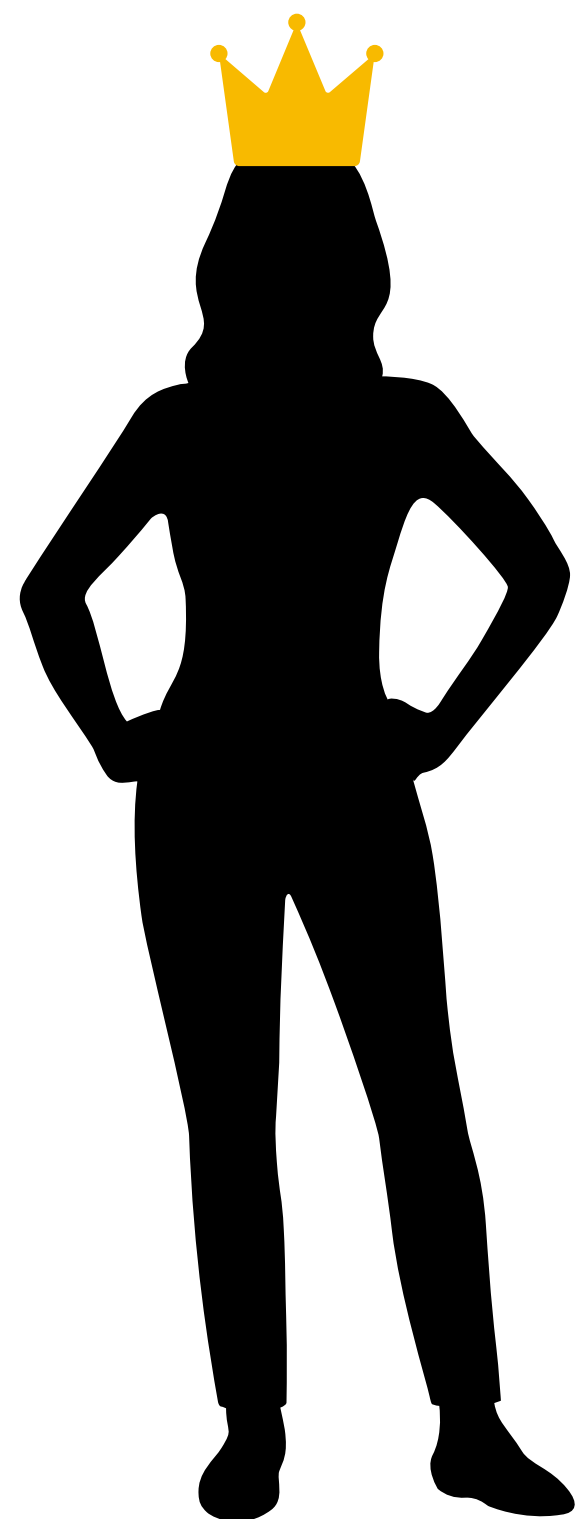
2/ составить «карту болей»

3/ найти стартап

4/ свести обе стороны и помочь поставить KPI в рамках пилота



«Снизу-вверх» 2/2



5/ кто платит? – product owner или инноватор, схема выплат обсуждается

6/ длительность – до 3-х месяцев

7/ расходы в самом начале можно проводить в учете, как консалтинг

Кейс с M&M **Mind&Machine**

На входе что хотели? Прогноз среднего времени ожидания в очереди

Что начали исследовать? Анализ данных чеков и проходимости

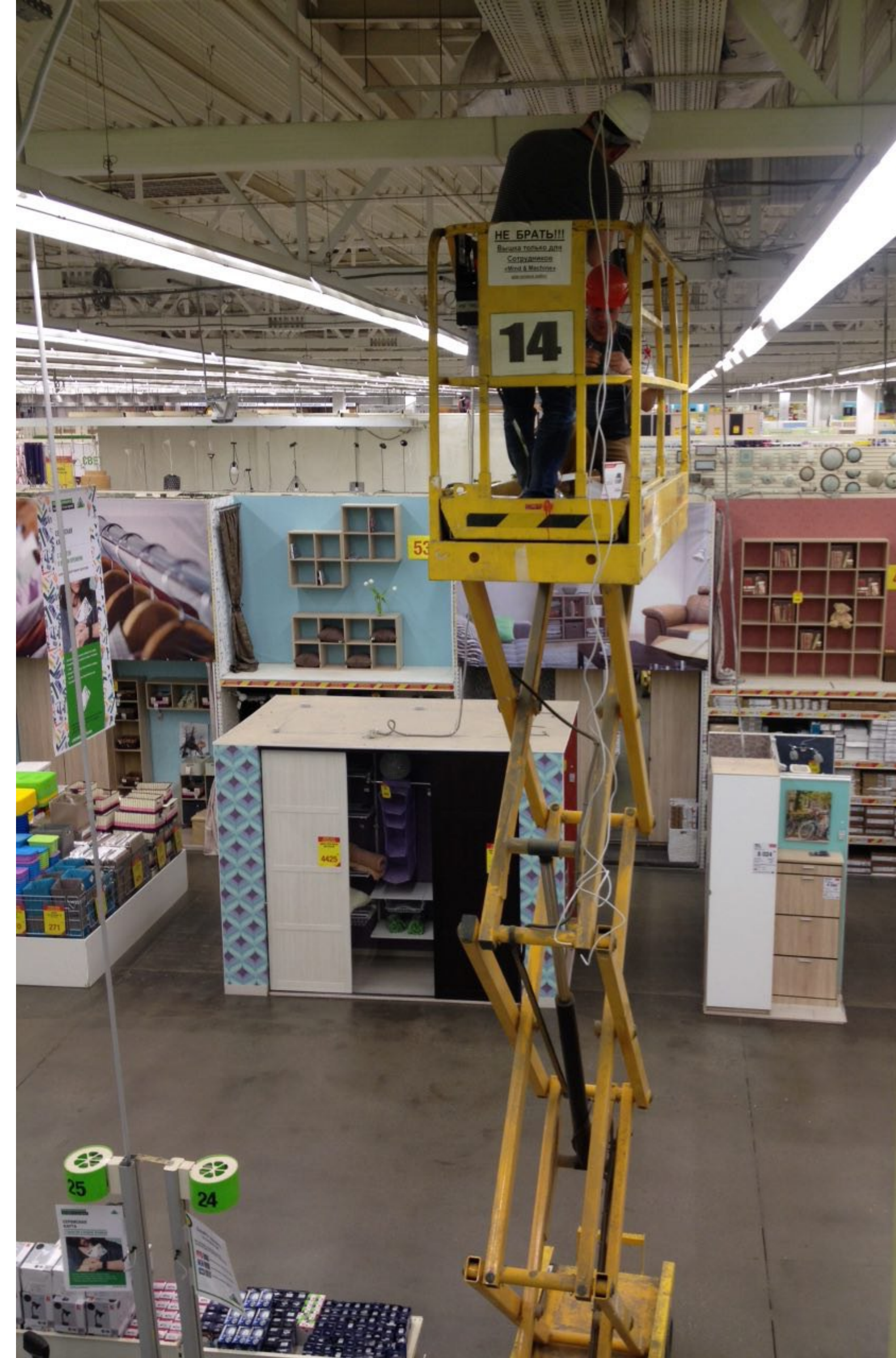
Что понадобилось в процессе докрутить? Подключили нейронки к камерам у касс, что позволило улучшить прогноз

Какие сложности были?

1. ИТ долго выгружал данные
2. Внутренний клиент хочет другой продукт
3. Согласовывали договор 1,5 месяца

Какой профит?

1. Выявили потребность у магазинов и сделали еще пилоты с другими стартапами
2. Потенциал дополнительной выручки
3. Сделал fast track



it works

9.600000



LEROY MERLIER

CHERPAHIS

Camera 01

Все начинается со стратегии

1/ определите приоритетные направления развития и цели по выручке/ марже – работайте с ожиданиями акционеров

2/ определите вашу ключевую компетенцию 

3/ посчитайте вашу долю рынка по основным продуктам

4/ определите достижимую долю на существующих рынках и найти новые смежные привлекательные рынки



- *The Core Competence of the Corporation by C.K. Prahalad and Gary Hamel*

«Сверху-вниз» 1/2

1/ исследуйте ценностное предложение (CVP) на рынке для каждого продукта через исследование рынка и интервью с клиентами

Evaluate current performance and competitors
by key CVP elements

Define target CVP
with focus on channel promises

		<i>Current customer value proposition</i>		
		Your company	Company 2	Company 3
General	Sales model	Stock + MOM*	Stock + MOM	
	Assortment	Windows, balconies, doors	Windows, balconies, doors	
	Price focus	Low	All range	
	Payment		Credit/ split payments	
	Guarantee	3-5 years	2-5 years Extended up to 10	
	Additional services	• Measuring	• Measuring • Repair and modernization • Insurance • Modelling at home	
Channel specific	In store experience	Project zone for MOM	Dedicated windows studios	
	Online experience		• Online order	
	Longtail			
	Marketplace assortment			

Target customer value proposition

Stock + MOM windows, balconies, doors
Windows, balconies, doors
Credit/ split payments 1 payment for project + services, in project zone Post-payment via direct link
3-5 years
• Measuring
Project zone for MOM, 2 dedicated sales assistants
• Online calculator • Online order for MOM+ payment 150 models online only, incl. wood windows

???

«Сверху-вниз» 2/2

2/ сформируйте CVP продукта и изучите путь клиента, исследуйте каналы продаж

3/ разберитесь со всеми текущими проектами компании и приоритезируйте их в рамках стратегических целей

4/ сформируйте бэклог задач и определите инструменты, которые компания **не сможет реализовать своим силами**

Feel free to contact me anytime

evgeny.nelepko@gmail.com

+7 (915) 491-12-44

<https://t.me/nelepko>

