



# ХИТРЫЙ ПЛАН

- О ЛЕКТОРЕ
- ИННОВАЦИОННОЕ МЫШЛЕНИЕ
- ОШИБКИ
- СТРАТЕГИЯ

- Наталья Ковальчук

- Кася Шаховская



**ШАХОВСКАЯ**  
**КАСЯ**



**MINISTRY OF ECONOMY  
AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT  
OF GEORGIA**



**GEORGIA'S INNOVATION  
AND TECHNOLOGY  
AGENCY**

**ASK ME HOW TO  
ROCK INNOVATIONS  
IN GEORGIA**

**KASYA SHAHOVSKAYA**  
STRATEGIC DEVELOPMENT  
AND MARKETING LEAD  
✉ [KASYA@GITA.GOV.GE](mailto:KASYA@GITA.GOV.GE)



**IDEA BAKERY**  
meeting professionals & discussing new ideas



**MBA финансы**



**MSc Computer Science**  
**Электронный бизнес**



*Диссертация: Электронный гендерный маркетинг*

**307%** приверженность бренда (TNS/Nelson)



ДУБА

И



ЦЮРИ

Х



ОКСФОР

Д



НЬЮ-  
ЙОРК



8 лет

Стратегический консалтинг менеджмента



JONES LANG  
LASALLE®



**CUSHMAN &  
WAKEFIELD®**



# ТРЕНЕР ПО ИННОВАЦИОННОМУ МЫШЛЕНИЮ

СЕУЛ, КОРЕЯ 2014

Всемирная Организация  
Интеллектуальной Собственности  
(WIPO)



# КАК БЫТЬ ИННОВАЦИОННЫМ?



# ИННОВАЦИИ

## ЭТО КАК СЕКС В ЮНОСТИ

- Все об этом говорят
- Никто толком не знает как это делать
- Все думают что все остальные тоже это делают
- Поэтому все говорят, что они это делают

# ИННОВАЦИИ

## ВНЕ ЗОНЫ КОМФОРТА

ЗОНА

life

комфорт

a

**ЗОНЫ  
КОМФОРТА  
НЕ СУЩЕСТВУЕТ**

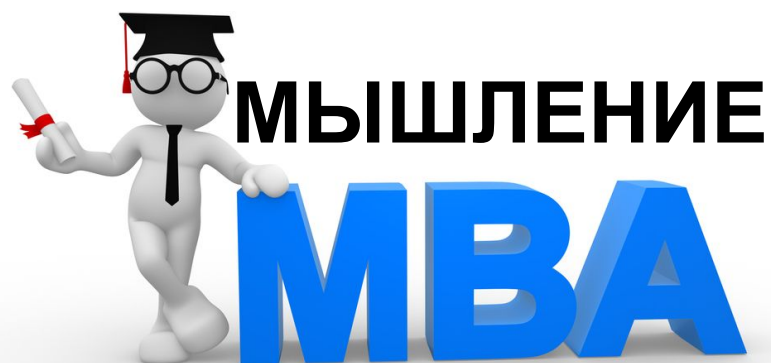
**ВСЕ ДЕЛО**



# ИННОВАЦИОННОЕ МЫШЛЕНИЕ



**ПРОТИВ**



**МЫШЛЕНИЕ**

**MBA**



**МВА : ПОЛАГАЙТЕСЬ НА ПРЕДЫДУЩИЙ  
ОПЫТ**



**СТАРТАП : ПРИДУМАТЬ НОВОЕ**

**МВА: НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ ЭТО  
НЕДОСТАТОК ПЛАНИРОВАНИЯ**



**СТАРТАП : НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ =  
ВОЗМОЖНОСТЬ**

# МВА: МИНИМИЗАЦИЯ РИСКА



СТАРТАП : РИСК ЭТО ИНВЕСТИЦИЯ

МВА:  
ЕСЛИ  
ЭТО РАБОТАЕТ  
– НЕ ТРОГАЙ!



СТАРТАП : ПОПРОБУЙ ВСЕ

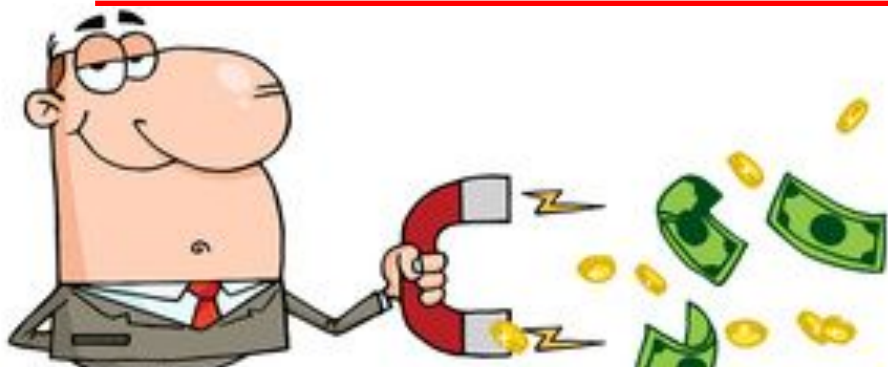
**МВА: СПРОСИТЬ «ПОЧЕМУ»**



**СТАРТАП : СПРОСИТЬ КАК. потом еще раз  
КАК.**

# МВА МЫШЛЕНИЕ VS ИННОВАЦИОННОЕ

МВА	ИННОВАТОР
ПОЛАГАЙСЯ НА ПРОШЛЫЙ ОПЫТ	ПРИДУМАЙ НОВОЕ
ИЗБЕГАЙ РИСКА	РИСК ЭТО ИНВЕСТИЦИЯ
НЕ ТРОГАЙ ЕСЛИ РАБОТАЕТ	ПОПРОБУЙ ВСЕ ПОМЕНИТЬ
СПРОСИ ПОЧЕМУ	СПРОСИ КАК





СТАРТАП  
КОТОРЫЙ НЕ  
ЭВОЛЮЦИОНИРУ  
ЕТ

1. ПРЕЖДЕ ЧЕМ СДЕЛАТЬ  
ПОДУМАЙТЕ: ЗАЧЕМ?

2. НЕТ РЕШЕНИЯ?  
ПЕРЕФРАЗИРУЙТЕ ВОПРОС

Мы думаем о незначительной проблеме

Мы выбрали слишком большую  
проблему



# 3. ОПЫТ ПОТРЕБИТЕЛЯ

- ~~Я ДУМАЮ ЧТО ОНИ~~
- ВЫДИТЕ «в поле» и смотрите как потребители работают, живут и развлекаются



## 4. ПРОТОТИП – БЕГИТЕ БЫСТРО, иначе:



Пока бежите, спрашивайте себя и  
окружающих

**что работает,**

**что НЕ работает,**

**что вы узнали**

# ИННОВАЦИИ НАЧИНАЮТСЯ В КОМАНДЕ



# ~~КОНКУРЕНЦИЯ~~

ЦЕНА

vs

ЦЕННОСТЬ  
ДЛЯ  
ПОТРЕБИТЕЛЯ

# СТРАТЕГИЯ

## ПРИДУМАТЬ НОВУЮ НИШУ

- НОВЫЙ ПРОДУКТ
- СУЩЕСТВУЮЩИЙ ПРОДУКТ



**СТРАТЕГИЯ  
ГОЛУБОВОГО  
ОКЕАНА**

# СТРАТЕГИЯ ГОЛУБОГО ОКЕАНА



EN: 2005

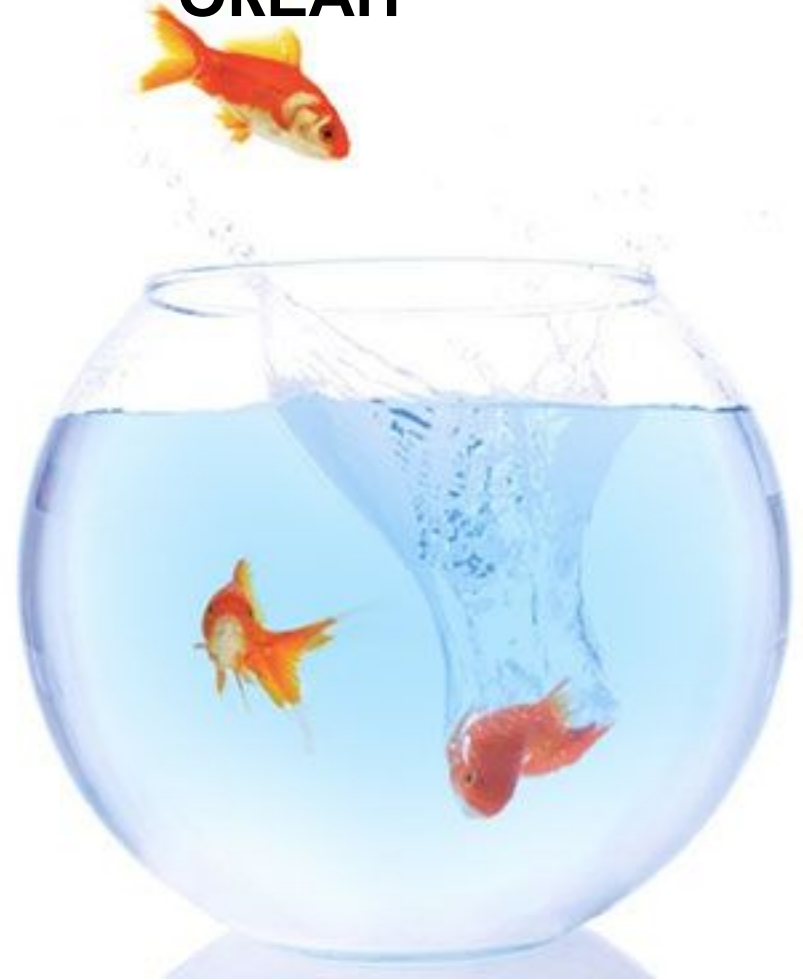
RU: 2012

КАК СОЗДАТЬ  
СВОБОДНУЮ  
РЫНОЧНУЮ НИШУ И  
ПЕРЕСТАТЬ БОЯТЬСЯ  
КОНКУРЕНТОВ

**КРАСНЫЙ  
ОКЕАН**



**ГОЛУБОЙ  
ОКЕАН**





# КРАСНЫЙ vs ГОЛУБОЙ

РАБОТА НА СУЩЕСТВУЮЩЕМ  
РЫНКЕ

ПОБЕЖДАЕТ КОНКУРЕНЦИЮ

РАБОТАЕТ С СУЩЕСТВУЮЩИМ  
СПРОСОМ

ЦЕННОСТЬ - ЗАТРАТЫ

ЧЕМ ВЫШЕ ЦЕННОСТЬ,  
ТЕМ ВЫШЕ ЗАТРАТЫ

СОЗДАЕТ НОВЫЙ РЫНОК

ДЕЛАЕТ КОНКУРЕНЦИЮ  
БЕССМЫСЛЕННОЙ

СОЗДАЕТ НОВЫЙ СПРОС

ИННОВАЦИОННАЯ ЦЕННОСТЬ

ВЫСОКАЯ ЦЕННОСТЬ  
ПРИ НИЗКИХ ЗАТРАТАХ

**ГОЛУБО  
Й  
ОКЕАН**

**НЕНВИЖУ  
СВОЙ  
ТЕЛЕФОН**





CIRQUE DU SOLEIL®



# АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ



# АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ

КАКИЕ ИНДУСТРИИ ЯВЛЯЮТСЯ  
АЛЬТЕРНАТИВНЫМИ ДЛЯ МОЕЙ КОМПАНИИ?

ПОЧЕМУ МОИ ПОТРЕБИТЕЛИ ВЫБИРАЮТ  
МЕЖДУ НИМИ?

ЕСЛИ Я СКОНЦЕНТРИРУЮСЬ ТОЛЬКО НА  
КЛЮЧЕВЫХ ФАКТОРАХ ВЫБОРА ДЛЯ МОЕГО  
КЛИЕНТА, ОТРЕЗАВ ВСЕ ОСТАЛЬНОЕ,  
СОЗДАМ ЛИ Я НОВЫЙ ОКЕАН?

# АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ



**VS**



# ИЩИТЕ ГРУППЫ ВНУТРИ ИНДУСТРИЙ

- ГРУППЫ ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИЕ ОДИН СЕРВИС, НО РАЗНЫМ КЛИЕНТАМ
- ДОРОГИЕ АВТО – ЭКОНОМИЧНЫЕ АВТО

# ИЩИТЕ ГРУППЫ ВНУТРИ ИНДУСТРИЙ

ДОРГИЕ ЗАЛЫ

CURVES

ДОМАШНИЕ  
КУРСЫ



- ВСЕ ТРЕНАЖЕРЫ ПРОСТЫЕ
- НЕ ТРЕБУЮТ НАСТРОЙКИ
- РАСПОЛОЖЕНЫ ПО КРУГУ
- ТОЛЬКО ДЕВОЧКИ



# ИЩИТЕ ВНУТРИ ГРУП КЛИЕНТОВ

НАЙДИТЕ ЦЕПОЧКУ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ  
ВАШЕЙ ПРОДУКЦИИ:

- ПОКУПАТЕЛИ
- ПОЛЬЗОВАТЕЛИ
- ТЕ, КТО ВЛИЯЕТ НА ПОКУПКУ

НА КОГО ОРИЕНТИРОВАНЫ ВАШ РЫНОК  
СЕЙЧАС?

# ПОСМОТРИТЕ НА ДОПОЛНЯЮЩИЕ ТОВАРЫ



© Facebook / Corona USA



# ЭМОЦИОНАЛЬНО ИЛИ ФУНКЦИОНАЛЬНО?

- ВАША ИНДУСТРИЯ КОНКУРИРУЕТ НА ЭМОЦИЯХ ИЛИ ФУНКЦИОНАЛЬНОСТИ?
- ЧТО ВЫ МОЖТЕ ДОБАВИТЬ?

# СМОТРИТЕ ЧЕРЕЗ ВРЕМЯ

КАКИЕ ТРЕНДЫ МОГУТ ПОВЛИЯТЬ НА  
РАЗВИТИЕ ВАШЕЙ ИНДУСТРИИ?





ВПЕРЕД  
К ЦЕЛЯМ!

Спасибо  
за

ВНИМАНИЕ



ШАНОВСКАЯ