

Инновационный продукт

Перевод: Протасов А.А.

Это не случайно, что успешные компании отдают предпочтения инновациям, чтобы оставаться лидерами на рынке. В глобальной конкуренции на сегодняшнем рынке, руководители ждут новые источники дохода от продукта, которые составят около 30-35 процентов от объема продаж. С точки зрения фирмы, которая ищет новые успешные продукты, есть две основных области инноваций:

- неудовлетворенные потребности рынка потребителей;
- удовлетворение существующих потребностей лучше или более экономично.

Проводятся работы с клиентами, для определения новых возможностей для роста, и для преодоления проблем, целесообразно и выгодно. Наши решения радикально улучшили успех нового инновационного продукта, путем совмещения технических, финансовых и потребительских сфер.

Новые изделия лучше всего изобретать путем определения критических требований к прибыли с достаточной глубиной и точностью, чтобы руководство опытно-конструкторских отделов направляло основные расходы производства на проектирование, производственные мощности, маркетинг и распределение усилий.

Для запуска успешных инновационных продуктов, Lucintel разработал модель, из четырех областей, которые должны обязательно быть исследованными. Lucintel это модель называет как "NTVB" - анализ. Это рыночная техника обеспечивает высокий возврат вложений в инвестиции (ROI) и прибыль. NTVB анализ основан на следующих 4 шагах:

- анализ потребностей;
- анализ тенденций;
- соотносительный анализ;
- преимущественный анализ.

В каждом из этих четырех областей, Lucintel нашел ответы на многие вопросы: что следует делать, чтобы обеспечить самые высокие шансы на прибыль.

Анализ потребностей: В центре внимания данного исследования понимание неудовлетворенности или существующие потребности рынка. Исследование будет исходить из необходимости идентификации и глубокого понимания потребностей, почему они важны, и документирования технических, рыночных, экономических и конкурентных факторов, влияющих на возможные решения. Основными целями в данном разделе, являются:

- **Требования рынка:** Нужны ли потребителям инновации? Почему текущая практика изготовления продукта уже не подходит? Какие усовершенствования по сравнению с нынешним производством привлекут потребителей? Что ожидать от инноваций? Кто являются потенциальными потребителями инновационного продукта?

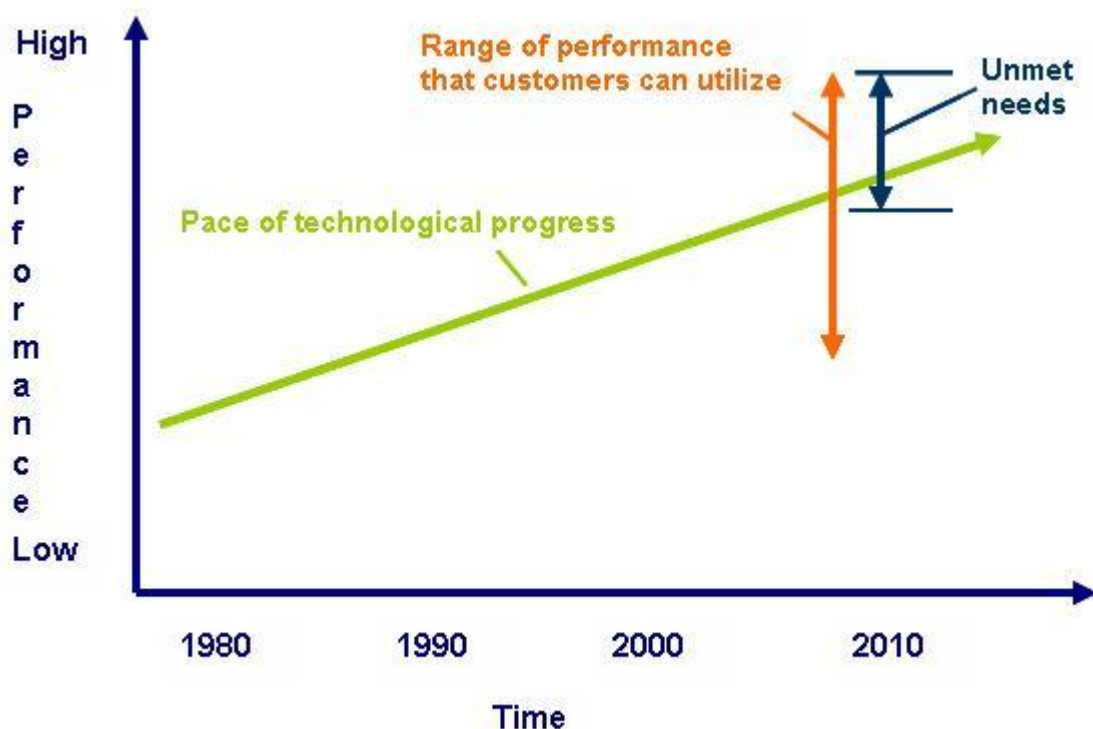
- **Функциональные требования:** технические и материальные требования к продукту. Такие как: вес, гибкость, производительность, свойства и т. д.

- **Экономические требования:** жизненный цикл инноваций - ожидаемая экономия в стоимости материалов, обработки, использования, обслуживания, замены - и ожидаемая прибыль. Структура затрат на текущее производство взамен на предлагаемую инновационную деятельность, включая маржу.

- **Конкурентоспособные требования:** Конкуренты аналогичных или похожих инновации и их возможности. Какова их потенциальная угроза этому нововведению?

- **Анализ тенденций:** изучение тенденций в области инноваций наряду удовлетворения, и / или соответствия потребностям. Какие отрасли игроки захватывают для удовлетворения потребностей? Тенденции в развитии материалов с точки зрения производительности и цены. Существует ли уже данная технология для удовлетворения потребностей покупателей? Какие

тенденции рынка будет поддерживать разработку и принятие решений? Какие тенденции будут мешать полезности продукта инноваций?



Как показано на графике выше, производительность в течение долгого времени в целом улучшается с помощью устойчивых инноваций в промышленности для удовлетворения все возрастающих потребностей потребителей. Когда существует разрыв между потребностями покупателя и фактического предложения, существует возможность для новых инноваций удовлетворяющих эти потребности. Вводя инновационное решение, новый игрок может получить доступ на рынок "заполнения пробела" для удовлетворения неудовлетворенных потребностей покупателя. На диаграмме, производительность показана на оси Y и может быть улучшена путем удешевления товара, или путем изменения прочности или качества отделки поверхности товара.

Значение анализа: оценка стоимости (\$) и рентабельности созданных инновации вдоль цепочки создания стоимости (от конечного потребителя к

производителю / формовщика к материалу поставщика). Проводиться детальный анализ затрат в течение срока службы изделия – ожидаемый срок жизни и значение инноваций в сравнении с существующим производством.

Преимущества инноваций: Определить, являются ли нововведение лучше, чем существующие технологии и решения, доступные на рынке. Определить критические факторы и критерии, которые должны быть соблюдены, чтобы понять: успешны ли инновации?