

# Вывод нового продукта на рынок: от идеи до результата

Разработка и запуск нового продукта — это не только новая идея, но и совокупность процессов анализа рынка и ресурсов, без которых в абсолютном большинстве случаев продукт обречен на провал. Особое внимание при разработке продукта стоит уделить процессам создания оригинальных товаров и услуг путем изобретения инновационных продуктов, усовершенствования готовых предложений.

Посетив семинар, вы узнаете, как построить систему разработки и запуска новых продуктов и контролировать этот процесс для получения запланированного результата, а также как добиться высокой эффективности вложения средств в новое направление и выпускать успешные новинки, завоевывая при этом большую долю рынка.

## Расписание

Город: Москва

Дата:

- 17 – 20 июня `19
- 16 – 19 сентября `19
- 16 – 19 декабря `19
- 16 – 19 марта `20
- 15 – 18 июня `20

---

В результате обучения вы:

- изучите технологии разработки и вывода нового продукта на рынок
- разработаете концепцию и план действий по продвижению нового продукта
- изучите основные методы генерации идей для новых продуктов в виде прототипа или сценария
- узнаете формы и методы контроля и оценки программ вывода новых продуктов на рынки
- научитесь отбирать наиболее плодотворные идеи
- узнаете про современные подходы к созданию продуктов / услуг
- узнаете и попробуете на практике техники исследования потребительского опыта

Следующие темы возможно изучить отдельно:

[Практика разработки и запуска нового продукта: прогнозируемый и успешный результат](#)

## Программа семинара

### День 1

#### **Основные этапы вывода новой продукции на рынок: как не упустить главное**

- Схема и основные этапы вывода новой продукции на рынок: оценка перспективности идеи и анализ рынка, разработка каналов продаж и оценка эффективности программы продвижения

#### **Технология вывода нового товара на рынок: секреты практика**

- Пошаговая технология вывода новой продукции на рынок с анализом промежуточных результатов, получаемых на каждом этапе
- Организационные проблемы при разработке новых продуктов. Как их избежать?
- Секреты успешного взаимодействия маркетинга и производства при разработке новых продуктов

Практикум-кейс «Оценка привлекательности нового продукта для компании»

### День 2

#### **Анализ ситуации на рынке. Оценка концепции нового продукта. Позиционирование товара**

- Новая идея: принципы предварительной оценки (методика)
- Основные шаги по анализу рынка: нетрадиционные методы исследований, которые могут обеспечить более объективные результаты
- Анализ потенциала нового продукта для компании: что он нам дает
- Оценка разработанной концепции нового продукта. Построение Дома качества, алгоритм развертывания на примере товаров и услуг
- Формула и критерии позиционирования. Анализ и проработка практических примеров

Практикум — разбор кейсов «Выделение целевых сегментов», «Построение Дома качества»

#### **Разработка и реализация программы вывода и продвижения нового продукта / услуги**

- Определение цены на новый продукт / услугу с учетом конкурентной ситуации и наличия конкурентных преимуществ
- Формирование матрицы скидок для нового продукта с учетом объема продаж и условий платежа
- Выбор каналов продаж. Какие наиболее эффективны для нового продукта?
- Прогнозирование и моделирование продаж. Как не ошибиться в прогнозах?

- Три этапа продвижения при выводе нового товара на рынок. Как подготовить и адаптировать каналы сбыта к новым продуктам
- Примеры постановки целей и методы их достижения в зависимости от этапа продвижения и типа рынка: B2B или FMCG

Практикум «Определение цены на новый продукт с помощью методики PSM-анализа»

## День 3

### Основные форматы мероприятий

- Анализ основных инструментов продвижения, их слабые и сильные стороны на практических примерах
- Методика определения носителей рекламы и алгоритм выбора методов стимулирования
- Какие мероприятия по продвижению новой продукции можно провести в рамках ограниченного бюджета?
- Специфика продвижения нового промышленного и потребительского товара

Практикум «Анализ формулы позиционирования нового продукта стратегии позиционирования»

### Оценка эффективности программы вывода нового товара. Нет контроля — нет результата

- Критерии оценки реализации программы, периодичность и формы контроля
- Типичные ошибки при проведении программ продвижения и варианты их устранения
- Расчет оценки эффективности программы продвижения и отдельных мероприятий
- Способы увеличения эффективности, разбивка ассортимента на категорийные группы, создание классификатора мероприятий с примерами
- Методика оценки рисков нового проекта и разработка мероприятий по их минимизации

Практикум «Расчет маркетингового ROI, оценка эффективности акций, методика оценки риска инновационных проектов»

## День 4

### Дизайн-мышление как технология разработки нового продукта

- История возникновения дизайн-мышления
- Инженерное и дизайнерское мышление
- Примеры применения технологии дизайн-мышления
- Формирование гипотезы по созданию нового продукта

**Понимание клиента и ключевой проблемы, которую решает новый продукт**

- Важность понимания и прочувствования потребительского опыта
- Основные методы дизайн-исследования потребительского опыта
- Создание портрета ключевой персоны — потребителя нового продукта
- Определение ключевой проблемы, которую решает новый продукт
- Формулировка точки зрения (POV — point-of-view) ключевого потребителя нового продукта
- Определение требований к новому продукту

Практикумы:

- Практика использования «карты эмпатии»
- Формирование образа ключевой персоны как потребителя нового продукта
- Формулировка POV ключевого потребителя нового продукта

### **Генерация идей для нового продукта**

- Методы генерации идей (мозговой штурм, молчаливый мозговой штурм, Scamper и другие)
- Lifestyle Matrix для использования нового продукта
- Оценка и отбор идей, пригодных для реализации
- Уточнение первоначальной гипотезы по созданию нового продукта

Практикумы:

- Отработка в мини-группах различных методов генерации идей
- Практикум использования LifeStyle Matrix

### **Создание прототипа нового продукта и его тестирование**

- Что такое прототип (MVP). Основы прототипирования
- Определение ключевого сценария использования нового продукта
- Визуализация ключевого сценария
- Определение критериев успешности

Практикумы:

- Создание прототипа нового продукта
- Тестирование прототипа нового продукта

### **Завершение тренинга**

- Интеграция материала тренинга
- Формирование сценария продолжения работы над проектом разработки нового продукта

## **Стоимость участия**

Стоимость участия в семинаре составляет **44900 руб.** с учетом всех налогов.

**В стоимость обучения входит:**

- Комплект авторских материалов
  - Кофе-паузы
  - [Сертификат Moscow Business School](#)
  - [Удостоверение о повышении квалификации\\*](#)
  - [Диплом о профессиональной переподготовке\\*\\*](#)
- 

## **Преподаватели семинара**

- **Анучин Андрей Августович**

Кандидат экономических наук, бизнес-тренер, специалист в области управления коммерческой деятельностью

- **Стерхова Светлана Александровна**

Кандидат экономических наук, доцент, консультант по маркетингу, бизнес-тренер