Moscow Business School

Практика разработки и запуска нового продукта: прогнозируемый и успешный результат

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 3 дня

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 07.12.2026

Место проведения: Ленинский проспект, д. 38А, город Москва

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

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

Практикум: кейс «Технология разработки нового продукта»

Технология вывода нового товара на рынок: секреты практика

- Пошаговая технология вывода новой продукции на рынок с анализом промежуточных результатов, получаемых на каждом этапе
- Причины провалов и факторы успеха при разработке новых продуктов

Практикум: кейс «Оценка привлекательности нового продукта для

компании»

Анализ ситуации на рынке. Оценка концепции нового продукта

- Новая идея: принципы предварительной оценки (методика)
- Основные шаги по анализу рынка: нетрадиционные методы исследований, которые могут обеспечить более объективные результаты
- Проведение оценки нового идеи с помощью ИИ: возможности и ограничения
- Анализ потенциала нового продукта для компании: что он нам дает
- Методика многофакторного моделирования: сверяем идею продукта и ожидания клиентов

Практикум: разбор кейсов «Выделение целевых сегментов»

День 2

Анализ ситуации на рынке. Оценка концепции (часть 2)

- Разработка концепции нового продукта. Построение «Дома качества» (методика компании Тойота), алгоритм развертывания на примере товаров и услуг
- Секреты успешного взаимодействия маркетинга и производства при разработке новых продуктов
- Тестирование нового продукта: методы и подходы для B2B и B2C

Практикум: разбор кейсов «Построение Дома качества»

Разработка и реализация программы вывода и продвижения нового продукта/услуги

- Разработка программы вывода нового продукта: чек-лист

Позиционирование товара

- Формула и критерии позиционирования. Анализ и проработка практических примеров
- Разработка УТП с помощью ИИ: эффективные промты

Практикум: кейс «Формула позиционирования нового продукта для отдела продаж и для клиента»

Ценообразование нового продукта

- 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
- Методика определения цены на новый продукт: PSM-анализ

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

День 3

Поддержка продаж нового продукта

- Разработка коммерческой политики: что учесть для нового продукта (чек-лист)
- Как подготовить и адаптировать каналы сбыта к новым продуктам
- Прогнозирование и моделирование продаж. Как не ошибиться в прогнозах?

Программа продвижения нового продукта: основные форматы мероприятий

- Главное отличие продвижения нового продукта от регулярного ассортимента: подход к формированию программы продвижения на примерах

- Анализ основных инструментов продвижения, их слабые и сильные стороны на практических примерах
- Методика определения инструментов продвижения и алгоритм выбора методов стимулирования
- Применении ИИ. Постановка задач и ввод данных: промпты для создания оптимальной рекламной компании
- Какие мероприятия по продвижению новой продукции можно провести в рамках ограниченного бюджета?
- Специфика продвижения нового промышленного и потребительского товара

Практикум: «Разработка алгоритма программы продвижения»

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
- Методика оценки рисков нового проекта и разработка мероприятий по их минимизации

Практикум: задания по расчету маркетингового ROI, оценке эффективности акций, методика оценки риска инновационных проектов