

Полезные действия для генерирования идей новых продуктов

Действия	Комментарий
Определите источники идей и возможный доступ к ним	Необходимо установить направление идей из разных источников (внутренних и внешних), механизмы их стимулирования, сбора и оценки. Внутренние источники идей – НИОКР, маркетинг, производство и т.д. Внешние источники идей – покупатели, конкуренты, поставщики, консультанты, публикации, научно-исследовательские организации и т.д.
Используйте покупателей	<p>Покупатели представляют собой важнейший потенциальный источник идей. Используйте различные формы работы с ними: групповые дискуссии; исследование и анкетирование покупателей; контакты с покупателями-модификаторами вашей продукции, экспертный совет покупателей и т.д.</p> <p>Групповая дискуссия может быть акцентирована на проблемах, которые предложили сами покупатели, либо на продуктах конкурентов.</p> <p>Проводите исследования потенциальных покупателей, которое включает опрос для определения потребностей, желаний и предпочтений покупателей, выяснение проблем, связанных с существующей на рынке продукцией. В ходе таких обследований вскрываются проблемы, потребности и появляются идеи новых продуктов.</p> <p>Для анкетирования необходимо разработать список вопросов. Количество вопросов должно быть разумным. Потенциальный покупатель вряд ли сочтет возможным потратить много времени, чтобы удовлетворить ваш интерес.</p> <p>Определенная категория покупателей активно экспериментирует с приобретенными продуктами, модифицируя их, внося свои улучшения. Таким образом, покупатель может выступить как источник практически готовых прототипов новых продуктов.</p> <p>Полезно сформировать экспертный совет покупателей, члены которого в неформальной обстановке регулярно встречаются и высказывают свои потребности представителям компании.</p>
Изучайте своего конкурента. Анализируйте его продукты и стратегию коммерциализации	<p>Нет смысла копировать продукты конкурентов, в этом случае не будет шансов опередить конкурента. Идея состоит в том, что на основании изучения продукта конкурента возникли новые идеи по созданию или улучшению продукта.</p> <p>Проводите постоянный мониторинг своих конкурентов с целью почерпнуть идеи новых и улучшенных продуктов. Собирайте информацию, используя все доступные способы, и анализируйте в группе технических специалистов и маркетологов.</p>
Регулярно участвуйте в конференциях, выставках, ярмарках и презентациях продуктов	<p>Конференции, выставки, ярмарки и презентации продуктов дают прекрасную возможность получить множество идей практически бесплатно. На этих мероприятиях можно встретить потенциальных потребителей и конкурентов, а также увидеть их последние достижения.</p> <p>Готовьтесь к участию в этих мероприятиях. После посещения мероприятия сотрудники компании должны составлять отчет.</p>
Следите за публикациями регулярно	<p>Научно-технические и рекламные публикации прекрасный источник идей, информации о конкурентах и потенциальных поставщиках. Идентифицируйте необходимые компании печатные и электронные источники информации и изучайте их регулярно.</p>
Регулярно изучайте	<p>Патентная информация является не только хорошим источником идей, но</p>

патентную информацию	и дает важнейшую информацию для прогнозирования активности конкурентов и развития технологий.
Используйте услуги технологических брокеров	Используйте услуги технологических брокеров. В последнее время, торговля технологиями, находящимися на разном уровне развития стала очень популярной. Информация, полученная от технологических брокеров (посредников) будет полезной для инновационной компании.
Посещайте исследовательские лаборатории в университетах и научных центрах	Университетские лаборатории являются ценными источниками идей. Ищите взаимовыгодные контакты с университетскими учеными. Помните, что университетская (академическая) среда существенно отличается от бизнес среды. Ученые, в подавляющем большинстве, не мыслят категориями коммерческой значимости своих изобретений и не способны делать качественную оценку коммерческой значимости своей работы.
Разработайте схему предложения идей и банк идей в компании	Схема предложений идей и их отбора должна быть простой и ясной для каждого сотрудника компании. Формальное рассмотрение предложений приведет к утрате желания генерировать идеи новых продуктов. Конкурсы идей новых продуктов воспринимается многими инновационными компаниями. Банк идей полезно сделать открытым в пределах компании, что позволит знакомится с ним и дополнять его.
Поощряйте сотрудников компании, занимающихся изобретательством	Сделайте корпоративный венчурный фонд для поддержки технологических инноваций. Поощрения сотрудников компании могут носить нефинансовый вид.