



Competitive Intelligence

5 шагов к определению своего места на рынке с учетом конкурирующих продуктов.



Что должно получиться в результате?



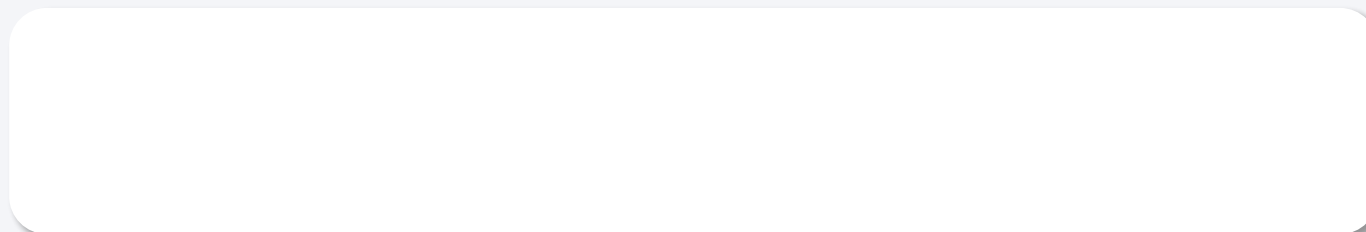
Описание
собственного
продукта



Список прямых и
косвенных
конкурентов



Перечень
конкурентных
преимуществ



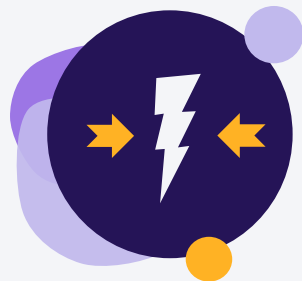
Шаг 1. Кому уже платит пользователь, чтобы решить проблему, которую вы решаете.



Это не обязательно прямые конкуренты
Это не обязательно локальные пользователи
Это не обязательно сложившийся рынок

Не нужно писать «мы лучше».
Просто описать кому платят.

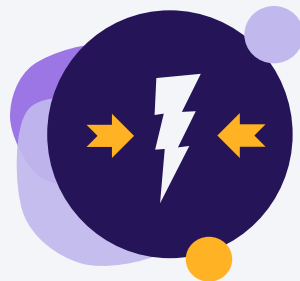
Шаг 2. Как те, кто уже получает деньги от клиента продают решение этой проблемы?



Выгоды или преимущества
Состояние до/после
Экономия/страх потери

Не нужно писать про технологию.
Просто описать продукт.

Шаг 3. Как вы теперь, зная результаты шагов 1-2 будете говорить о своем продукте потребителям?



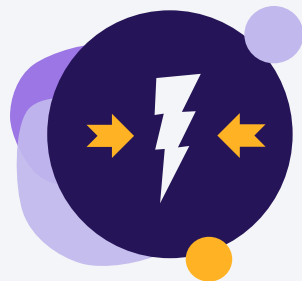
Это лучше чем _____

Это то же самое что _____

Это решение задачи новым способом

Не нужно писать технические преимущества или спецификацию.

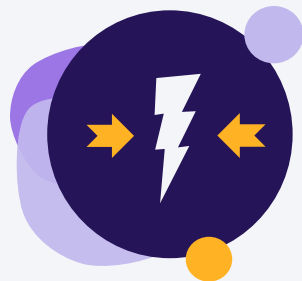
Шаг 4. Ищем компании такие как те, кто уже есть на том же рынке и решает похожую задачу



Составляем таблицу конкурентов:
наименование, сайт, краткая информация
о продукте

Сделайте табличку
в удобном вам редакторе.

Шаг 5. Собираем информацию



Теперь мы понимаем, кто работает на этом рынке.

Теперь мы можем перейти к вопросу – как конкурировать?



Product Analysis

5 шагов к определению своего места на рынке с учетом конкурирующих продуктов.



Что должно получиться в результате? Ваша будущая патентная формула



JTBD

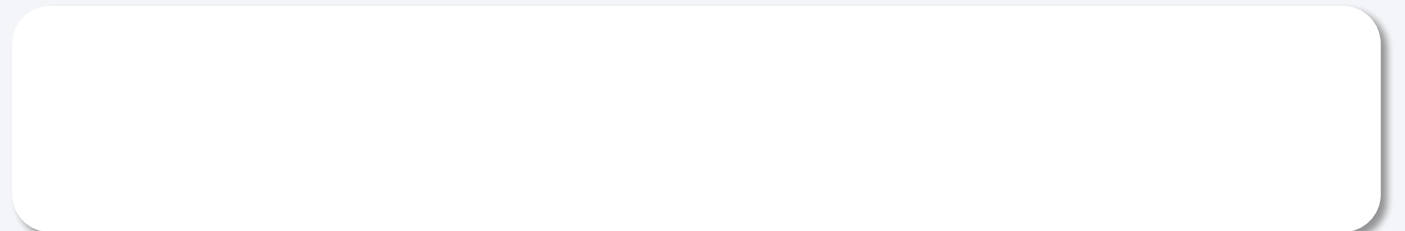
Для чего пользователь
«нанимает» продукт



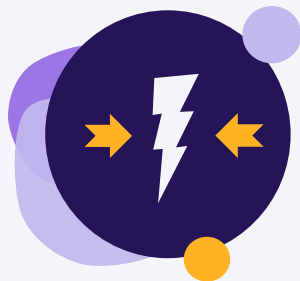
Список того, что
должен делать
продукт («фичи»)



Определение
ключевых
преимуществ



Шаг 1. Для чего пользователь «нанимает» продукт?



Пользователь будет платить за решение, если видит преимущества и выгоды, то есть может доверить продукту «работу»

Критерии покупки для пользователя и это не всегда цена.

Шаг 2. Что должен делать продукт? Путь пользователя от покупки.



Здесь мы не отвечаем на вопрос как привлечь пользователя, представьте, что он уже купил. Как он решает задачи?

Опишите процесс по шагам и какие для этого нужны функции продукта

Шаг 3. Определяем главное. Что мы будем делать плохо, хорошо и лучше всех.



На шаге 2 мы сделали список функции, не обязательно все делать с нуля и лучше всех. Расставьте приоритеты.

Как правило у продукта есть 1-2 самых лучших характеристики, остальное можно сделать достаточно хорошо

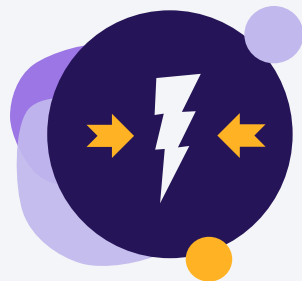
Шаг 4. Ищем кто еще делает такую же killer feature



Используйте поисковик, ищите на английском языке

Внесите в ваш документ ссылки на аналогичные решения.

Шаг 5. Ищем способ конкурировать по killer feature.



Сопоставьте решения и ответьте на вопрос – в чем выгода потребителя, чтобы он выбрал вас?

У вас получилось описание продукта и его преимуществ.



Technology mapping

5 шагов к определению технологии.



Что должно получиться в результате?



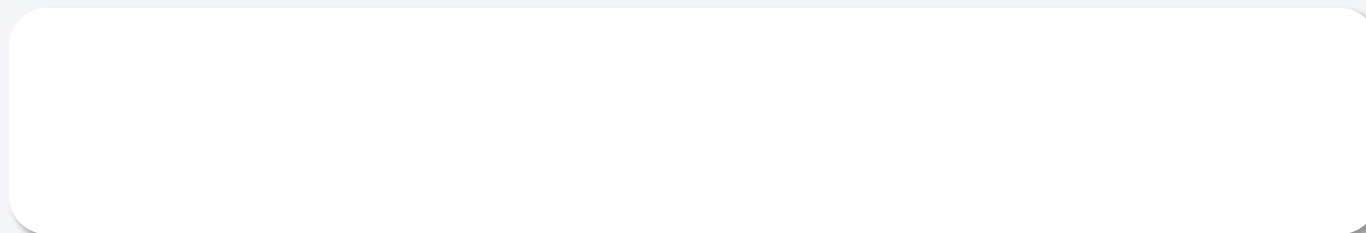
Список
объектов ИС



Статус:
Оформлен/
Защищен



Описание
технологии



**Шаг 1. Посмотрите на свой список
ключевых преимуществ «killer feature».**



**Есть ли среди них те,
которые вы решаете с помощью
технологий?**

**Технология – это не патент. Это
любой способ получить результат**

Шаг 2. Какие технологии вы используете при этом?



Методология/ Код (программа)
Рецептура/Способ/Иное

Здесь пишем именно про
технологии, техническое решение

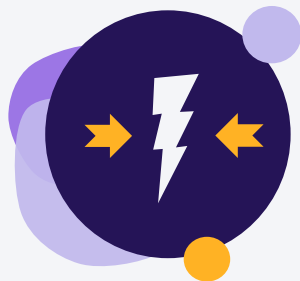
Шаг 3. Выразите то что вы делаете, начиная со слов система/способ



Это система _____,
которая делает/выполняет _____
с получением результата _____

Постарайтесь использовать
простые формулировки

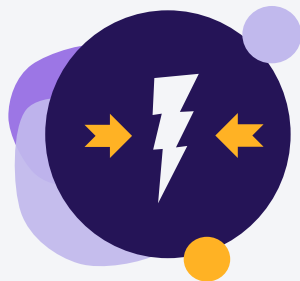
Шаг 4 Определяем функциональный результат



Что получит клиент от использования технологии и как это посчитать?

Результат выражается цифрами и процентами: улучшение на ...%, ускорение на ...%

Шаг 5. Собираем информацию



У нас появилась патентная формула

Теперь ее можно сравнить с теми патентами, которые у вас есть.