

СЕРГЕЙ АЛЕКСАНДРОВСКИЙ
НФ ГУ-ВШЭ

РОЛЬ АЛЬЯНСОВ В
ПРОДВИЖЕНИИ
ИННОВАЦИЙ

сессия 4: инновации как инструмент
маркетинговой стратегии

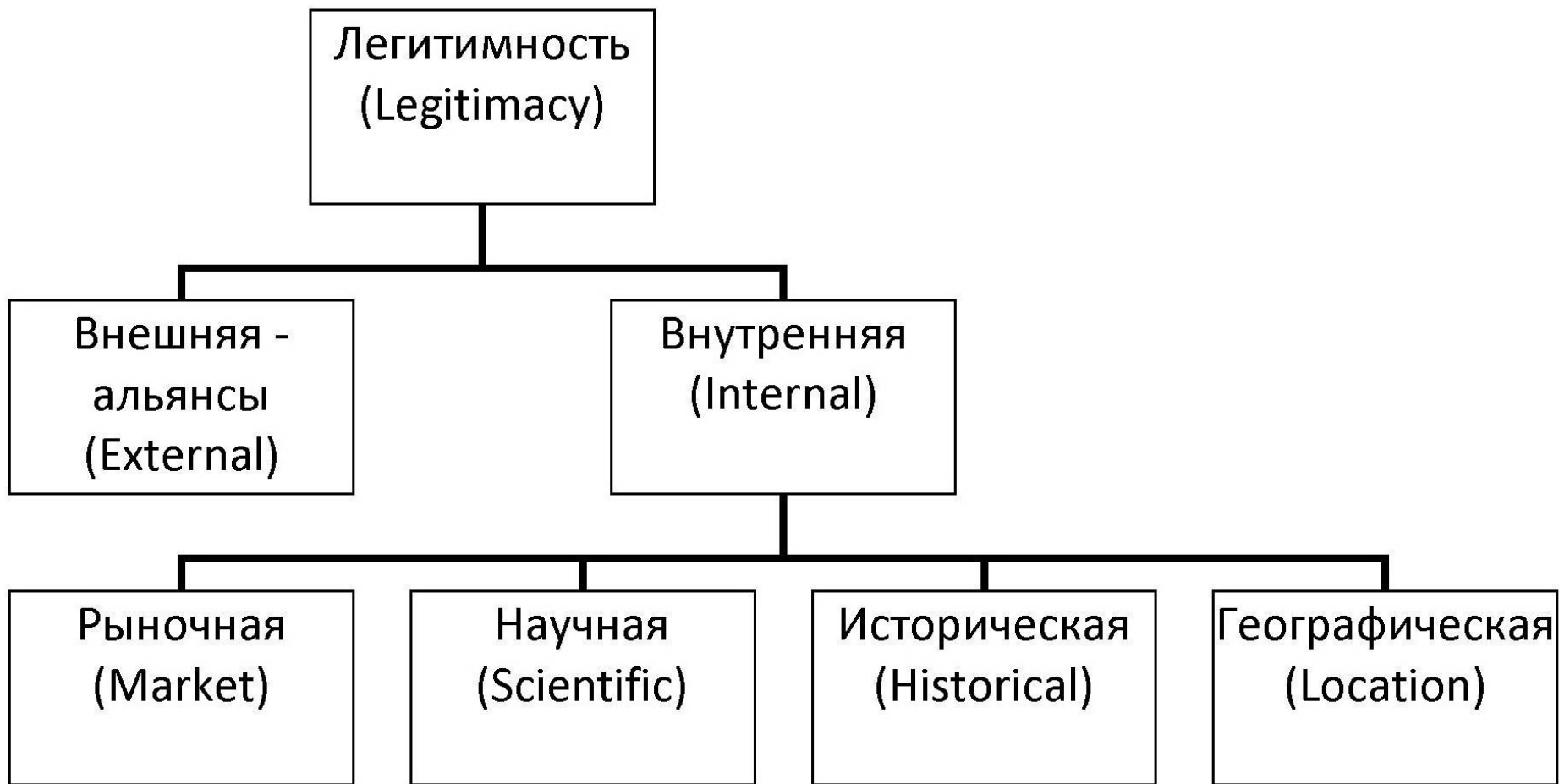
2010

ЦЕЛЬ СОЗДАНИЯ АЛЬЯНСОВ для ИННОВАЦИОННОЙ КОМПАНИИ

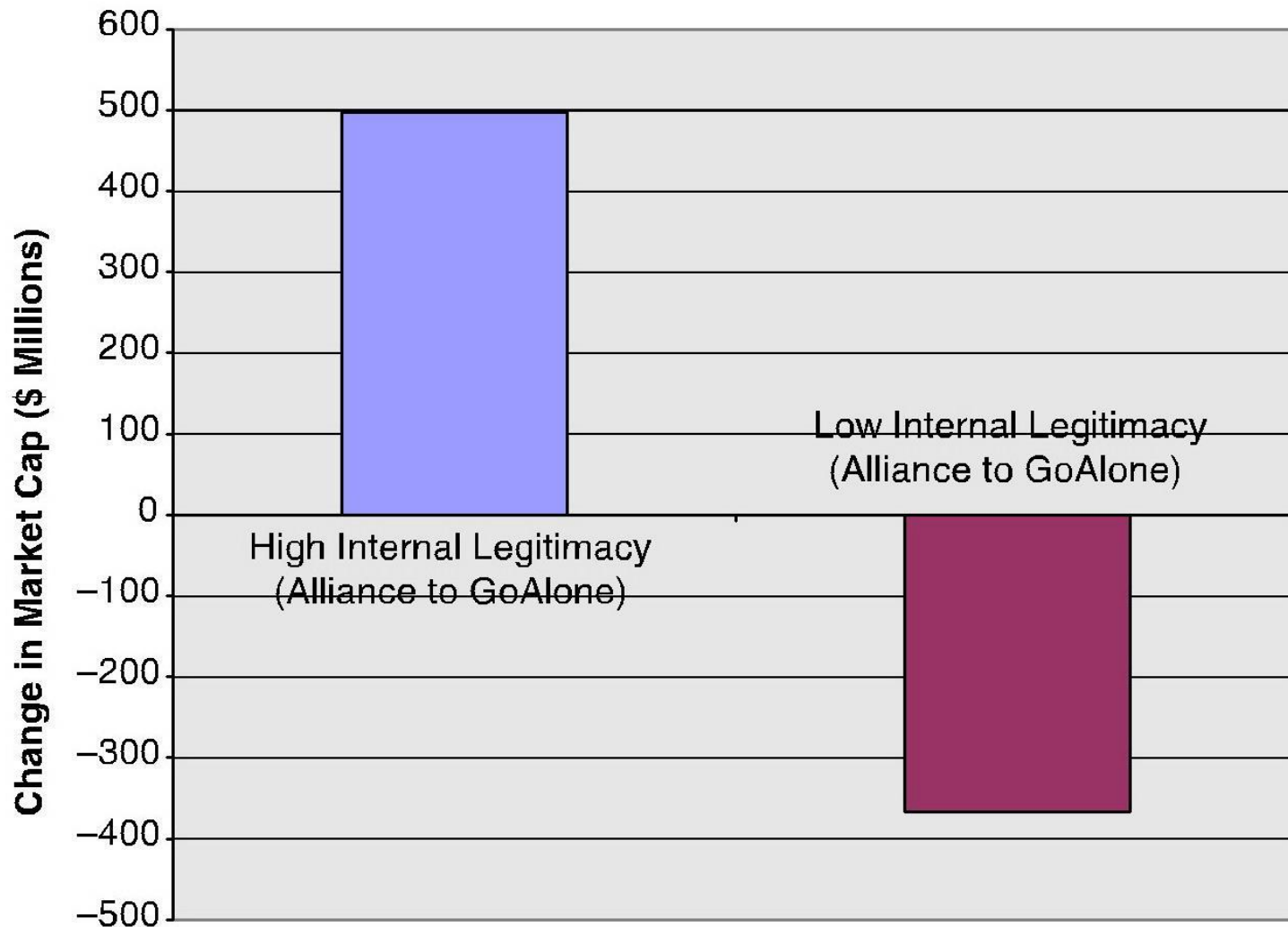
ЛЕГИТИМНОСТЬ КОМПАНИИ

- привлекательность для инвесторов
- доверие покупателей
- лучшее конкурентное положение
- рост капитализации
- влияние в отрасли / отраслевые стандарты
- рост прибыли

ИЗМЕРЕНИЯ ЛЕГИТИМНОСТИ



ВЛИЯНИЕ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ ЛЕГИТИМНОСТИ на КАПИТАЛИЗАЦИЮ



case 1: APP STORE и WHOLESALЕ APPLICATIONS COMMUNITY

- + контроль продаж
- + совместное продвижение
- + широкий ассортимент
- + простота сертификации

- историческая недолговечность
- конкуренция на дифференциации
- доля рынка

case 2: BLU-RAY и HD-DVD

Сходства

- историческая легитимность
- альянс как форма продвижения продукта
- состав участников

Различия

- число участников на смежных рынках
- уровень внутренней легитимности

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

- Дублирование легитимности снижает выигрыш компании
- Компаниям с низкой внутренней легитимностью следует вступать в альянсы
- Компания с высокой внутренней легитимностью следует отказаться от альянсов
- Альянс с компаниями на смежных рынках приносит больший выигрыш, чем альянс с компаниями на этом же рынке