

# **Сетевой подход в маркетинге как основа коммерциализации инноваций**



**Палт Максим**

- ❖ Инновации – основное конкурентное преимущество компаний
- ❖ Необходимость новых типов организаций и методов управленческой деятельности
- ❖ Маркетинг отношений как методологическая основа межфирменного взаимодействия
- ❖ Коммерциализация инноваций через межфирменное взаимодействие

Показать, каким образом коммерциализация инноваций может быть основана на межфирменном взаимодействии

# Создание инноваций и роль потребителя в этом процессе

- ❖ Переход от закрытой инновационной практики к открытым ее формам
- ❖ «Клиентоцентричная» модель бизнеса
- ❖ Рост числа компаний, сотрудничающих с клиентами

# Особенности маркетинга партнерских отношений

## Отличия от традиционного маркетинга

Долгосрочная перспектива

Высокая степень взаимодействия с потребителем

Множество компаний вовлеченных во взаимодействие

Общие цели и задачи у всех участников

Границы между компаниями становятся размытыми

# Формирование устойчивой цепочки спроса

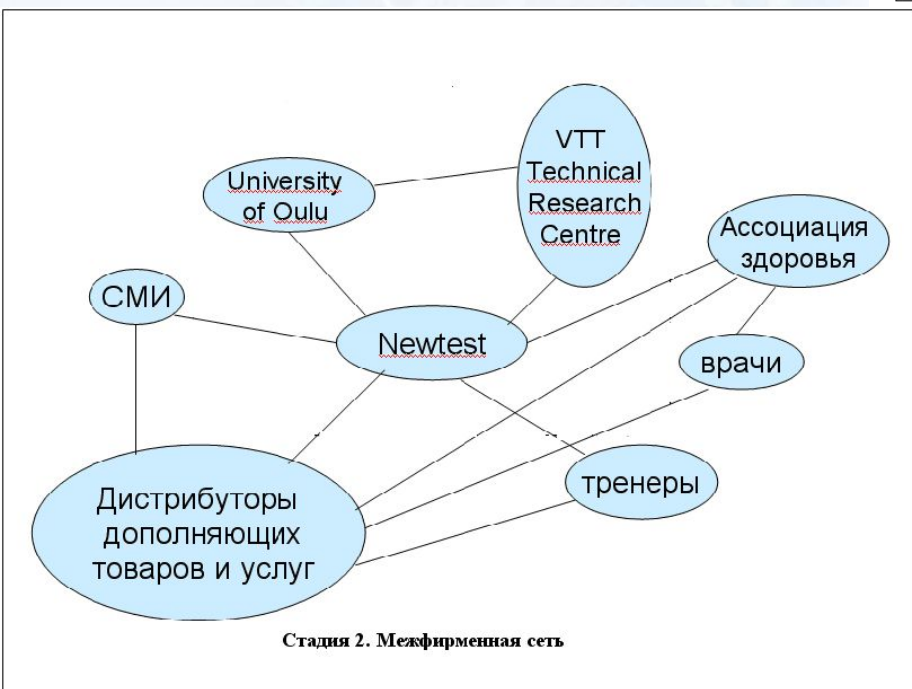
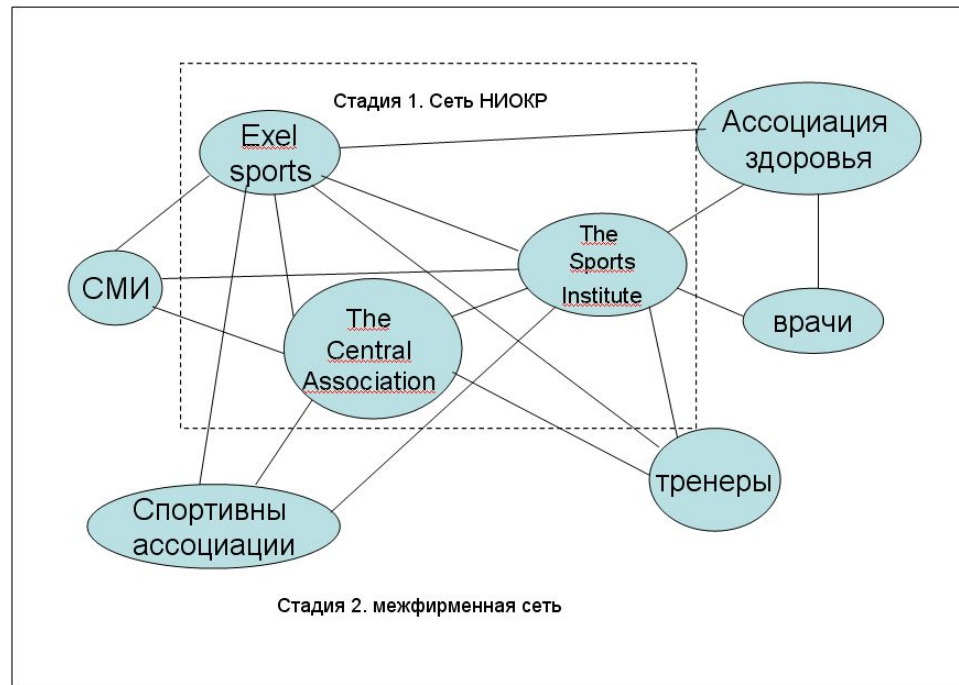


## Особенности **DCM**:

- особое значение уделяется пониманию потребительского спроса
- интеграция большого числа процессов
- выводит на понимание сетевого характера взаимодействий партнеров

# Примеры компаний

- Наличие потенциальных целевых групп
- сеть выстроена на основании НИОКР
- благоприятная атмосфера внутри сети



- Необходимость создания рынка
- низкая информированность потенциальных потребителей
- Фокальная форма сети
- несопоставимость участников и противоречие интересов
- отсутствие предыдущих взаимодействий

Company Logo

# Особенности межфирменных сетей в России

1

Особые предпосылки для формирования и развития межфирменных сетей

2

Наличие двух категорий межфирменных сетей: «сетей выживания» и «предпринимательских сетей»

3

Отраслевая специфика развития межфирменных взаимодействий

4

Различная степень внимания к проблемам межфирменного взаимодействия в средних и крупных компаниях

Инновации и роль потребителя

Маркетинг  
Партнерских отношений

DCM

Примеры компаний

Специфика России

Выводы

Company Logo



# Преимущества сетевого взаимодействия для инновационного бизнеса

- ❖ Отношения рассматриваются как ресурс
- ❖ Стимулирование инновационной деятельности компаний
- ❖ Возможность привлечения необходимых ресурсов и участников для коммерциализации продукта
- ❖ Сети могут формироваться на разных этапах инновационного бизнеса
- ❖ Разнообразие форм межфирменного взаимодействия

