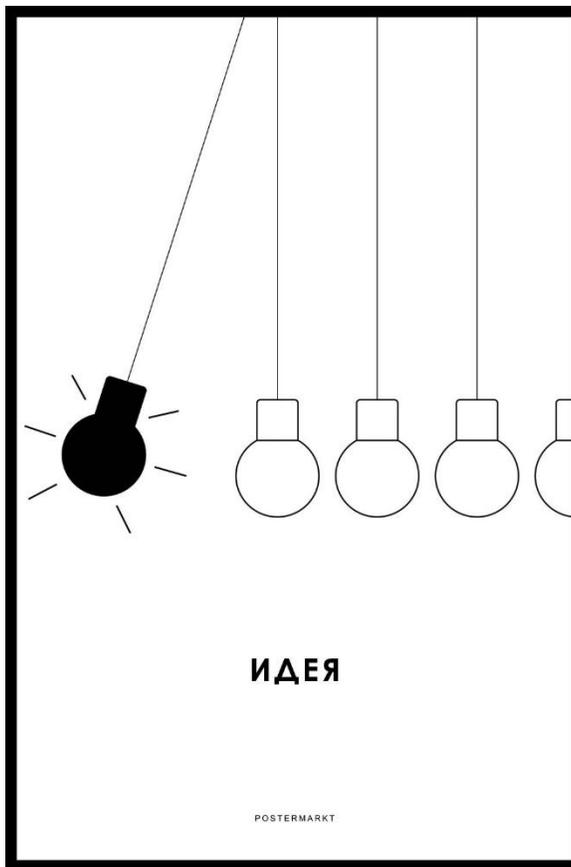


# Оценка и отбор перспективных идей нового товара, разработка концепции нового товара

---

ЛЫСАКОВА ДАРЬЯ

МДК – ФЛ/О - 2017



# Маркетинговое исследование

---

Это исследование касается уже существующих товаров и производится путем сбора информации и анализа:

- 1 . Спрос на товар**
- 2. Мнение потребителя о товаре**
- 3. Сегмент потребителей**

# Разработка нового товара

---

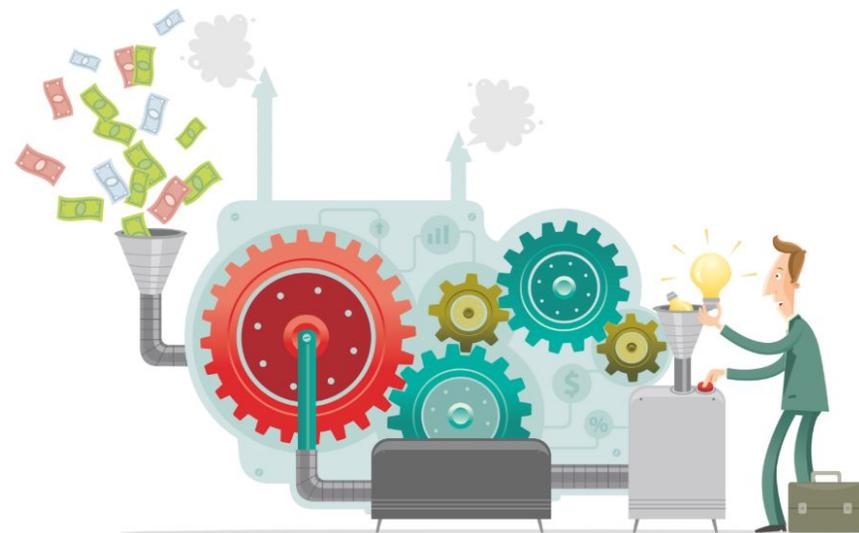
Это создание оригинальных товаров, улучшение товаров (или их модернизация), включающая процесс:

- 1. Генерации идей**
- 2. Отбора (селекции) идей**
- 3. Разработка концепции нового продукта и ее проверка**
- 4. Разработка маркетинговой стратегии**

# Разработка нового товара

---

1. Анализ перспективности бизнеса
2. Разработка непосредственного продукта
3. Пробного маркетинга
4. Коммерческое производство



# Риск

---

Риск состоит из:

**Технологического риска**

**Рыночного риска**

**Стратегического риска**



**Степень риска**

Очень высокая



Низкая

**Тип нового продукта**



**Управленческие проблемы**

Существенные



Незначительные

# Уровень новизны продукта

# Пробный маркетинг

---



```
graph TD; A[Пробный маркетинг] --- B[Стандартное тестирование рынка]; A --- C[Контрольное тестирование рынка]; A --- D[Имитационное тестирование рынка];
```

Пробный маркетинг

Стандартное  
тестирование  
рынка

Контрольное  
тестирование  
рынка

Имитационное  
тестирование  
рынка

# Факторы успеха

---



- Четко определенные роли подразделений организации
- Деятельность в области компетенций

Четкое направление стратегического развития

- Основа конкуренции высшая ценность для потребителя
- Поощрение главных потребителей

Всепроникающая ориентация на потребителя

- Доступ к ресурсам поощрения успеха
- Объединённый риск

Поддержка и поощрение со стороны организации

- Энергичный поиск новых идей
- Обучение

Стремительный адаптивный процесс разработок

---

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**

