Проект развития молодежного кадрового резерва и наставничества АО «ОДК-Климов» «Менеджмент проектов инновационного промышленного предприятия» «На взлет!»

Семинар-практикум «Основы управления проектами»

Коммерческий подход к инициации проекта – залог успеха команды проекта

Санкт-Петербург, 2019

Проект как коммерциализация

Реализация возможности? Решение проблемы?

«Боль, лекарство, витамин»

Вводное замечание

Коммерческий НИОКР – это часть технологического процесса заказчика

Заказчики платят за результат, а не за отчет или научную работу

Изначально Вы никогда не знаете, что конкретно нужно заказчику. Ваша гипотеза о его нуждах уточняется в процессе переговоров

Ключевыми факторами являются: соблюдение требований, стандартов, временных графиков, стоимости, иначе может сорваться вся технологическая цепочка заказчика

Ваши отпуска, больничные, увольнения, внутренние правила – это Ваши проблемы…

Поиск клиента – определяем пул потенциальных клиентов

- Профильные корпорации РФ – по опубликованным спискам приоритетов научно-технологического развития
- Профильные зарубежные корпорации – порталы открытых инноваций и пр.
- Корпоративные венчурные фонды
- Корпоративные акселераторы, конкурсы проектов и иные источники информации о том, в чем заинтересованы компании
- Любая возможная инсайдерская информация
- **ОПАСНОСТИ:**
  Декларативные цели корпораций не соответствуют действительности
  Проблемы держатся в секрете

Постановка задачи, ценность и ресурсы

96% -- ищем ответ на запрос рынка, 4% -- ищем запрос рынка под имеющиеся компетенции

Ищем «боль», под нее ВСЕГДА есть деньги. Боль – снижение издержек и/или увеличение выручки

Формируем ценность как избавление от боли

Какие ресурсы у нас есть в наличии – компетенции, сертификаты и разрешения, право на использование оборудования и пр.

ОПАСНОСТИ:

Преувеличение собственной ценности

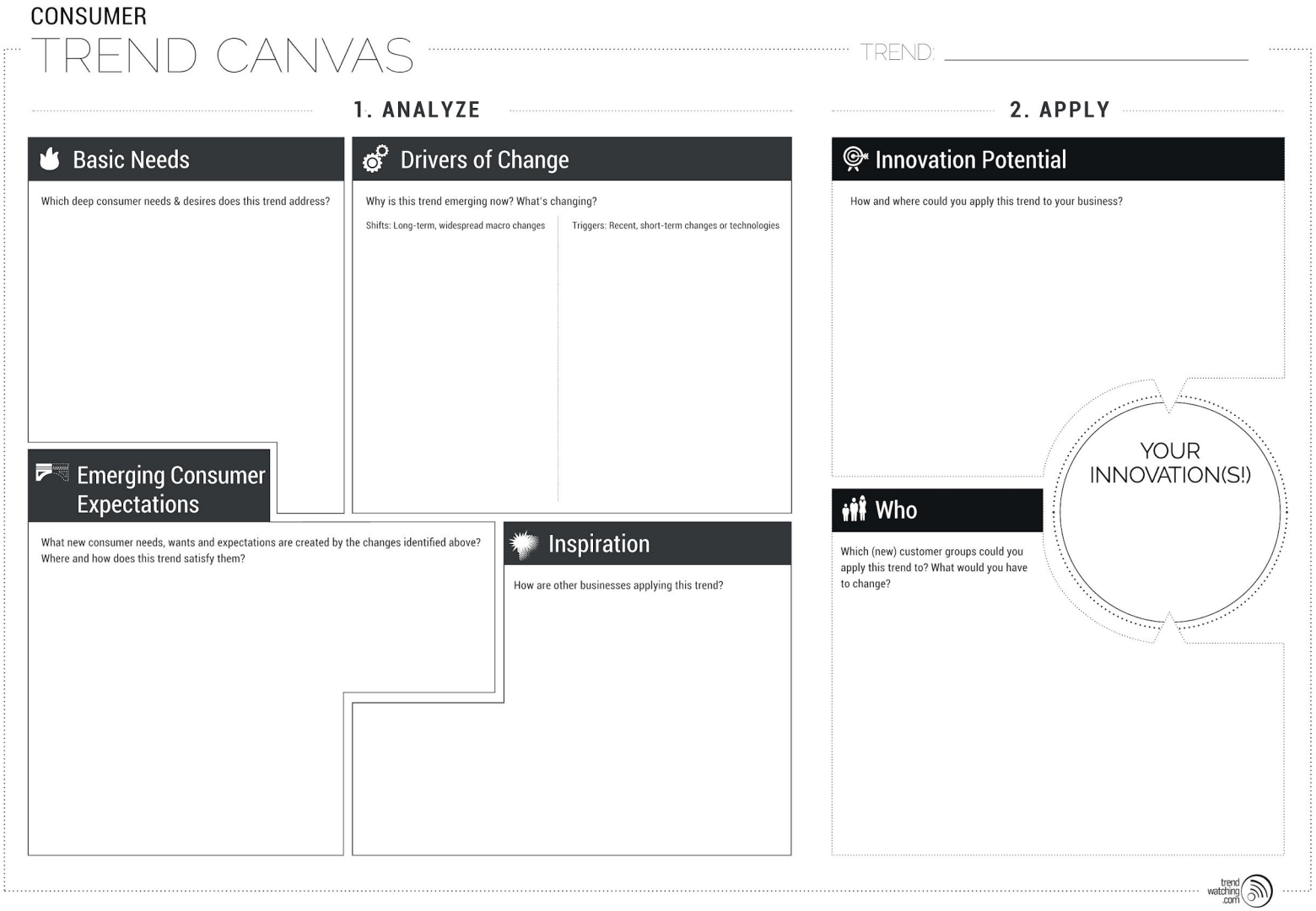
Непонимание бизнеса клиента

Лекарство дороже «боли»

Невозможность обеспечить результат

Нехватка необходимых ресурсов

Выявление потенциальной инновации



trendwatching.com/trends/consumertrendcanvas/

Контакт с клиентом – уточняем боль

- Высокие издержки
- Низкая скорость разработки новых продуктов
- Высокий процент брака
- Отставание от конкурентов
- Нет нужного аналитического оборудования (ПО) и компетенций
- **ОПАСНОСТИ:**
  Боль не настоящая, за ней не стоят бюджеты и интересы конкретных должностных лиц
  Боль не соответствует Вашей ценности

Формулируем ценность и коммерческое предложение

- Уточняем ценностное предложение с учетом конкретной «боли»
- Оцениваем денежное выражение «излечения от боли» (насколько снизятся издержки и пр.)
- Оцениваем приемлемую цену для клиента
- Оцениваем собственные расходы на оказание услуги
- Формируем коммерческое предложение

ОПАСНОСТИ:

Собственные расходы на оказание услуги превышают приемлемую цену для клиента

Денежное выражение «боли» оказывается незначительным

Есть более дешевые конкурентные решения

Калейдоскоп желаний клиента

10 основных правил, как снизить вероятность неудачи в сделке

1. Добейтесь одобрения от своей организации и от ее юристов
2. Главное – мгновенно реагировать на контакт
3. Не скрывайте слишком много технических деталей
4. Общайтесь лично
5. Составьте и утвердите календарный план сделки
6. Не направляйте документов, пока не договорились «по понятиям»
7. Не направляйте условия контракта почтой, представьте их лично
8. Договаривайтесь со своей организацией об условиях сделки после того, как они обсуждены с клиентом
9. Проявляйте гибкость и понимание рисков другой стороны
10. Будьте готовы организовывать испытания и техническое сопровождение внедрения

marketplace.yet2.com/app/insight/insight/20021020_tentips

Вопросы?

Контактные данные на титульном слайде.

Использованные материалы

В презентации использованы материалы Игоря Рождественского (Martal SPb) и визуальные изображения, иллюстрирующие тематику коммерциализации результатов научных исследований, включая кадры из фильмов и мультфильмов, найденные в сети интернет и использованные as is.