

Rozwiązanie problemu można znaleźć w miejscu, gdzie nikt zazwyczaj nie zagląda.

Jeśli chcesz stworzyć nową koncepcję fastfood, przyjrzyj się restauracjom, ale inspirację dla innowacyjnych koncepcji można znaleźć gdzieś indziej.

**"Spójrz na dostawcę innych usług lub produktu, ale o cechach wspólnych z twoim produktem/usługami"**

Patrząc na usługi lub produkt, które zostały utworzone z innego punktu widzenia, możesz uczyć się z doświadczenia innych branż.

# Dostrzeganie



Naśladować

Rynek

Użytkownik

Pomysł

Koncepcja

Ocena

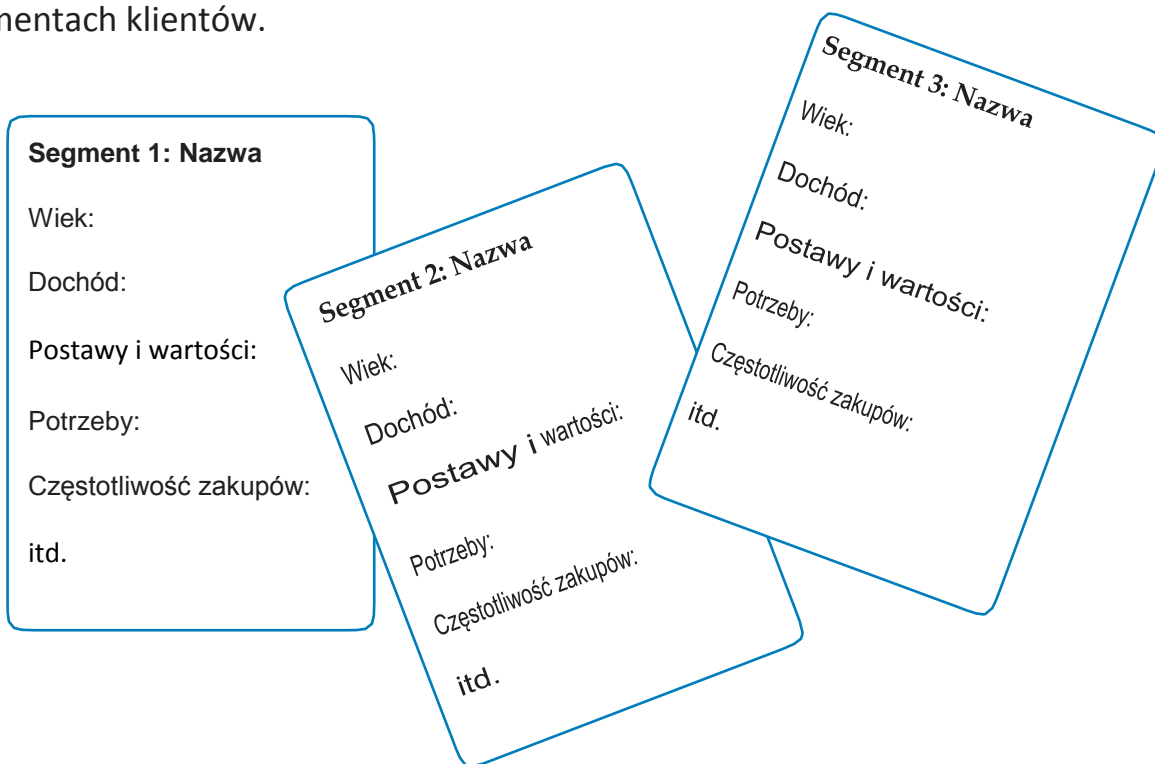
Dla większości usług i produktów pozwala to zdefiniować różne segmenty klientów i użytkowników.

**"Jednostki lub potencjalni klienci na rynku z różnych grup, które mają podobne zainteresowania w zakresie potrzeb, które produkty/usługi powinny spełnić".**

Segmentacja oparta jest na potrzebach i pomaga nam zrozumieć, jakie produktów lub usług klienci potrzebują.

## Przykład:

Klasa turystyczna i Klasa Biznes są przykładem usług opartych na różnych segmentach klientów.



Określenie ogólnych tendencji poprzez obserwację stylu życia. Czytanie czasopism, wizyty na targach, wyszukiwanie informacji w Internecie. Uzyskanie opinii liderów, specjalistów, ekspertów lub czytanie ich publikacji.

Trendy można znaleźć w stylu życia, kulturze, polityce, technologii i wielu innych obszarach.

## Cztery ważne wskaźniki trendów

**Gospodarka i demografia.** Zmiany gospodarcze i/lub demograficzne powodują powstanie wielu długotrwałych trendów.

Kto się wzbogacił? Kto zbiedniał? Gdzie ludzie chcą żyć? Ile dzieci posiadają? Kiedy? Kiedy zaczynają karierę zawodową? Kiedy przechodzą na emeryturę? itd.

**Niedobory.** Trend pojawia się często, kiedy będziemy chcieli posiadać, to co czujemy, że zanika w naszym życiu.

Za czym tęsknimy? Czego mamy za mało? Czego chcemy więcej?

**Rozregulowanie.** Nowy trend będzie często reakcją na to, co stało się z głównym nurtem lub zderzeniem z tym, co dominuje na rynku od lat.

Co staje się zwykłe? Kupowanie, robienie lub patrzeć na co nas nudzi lub męczy?

**Styl.** Styl ideałów często wychyla się jak wahadło z jednego skrajnego położenia do drugiego. Jaki styl ideałów rozpoczyna wychylać się w inną stronę? Ubrania, fryzury, dom, idealne ciało itd.

# Kanwa strategii



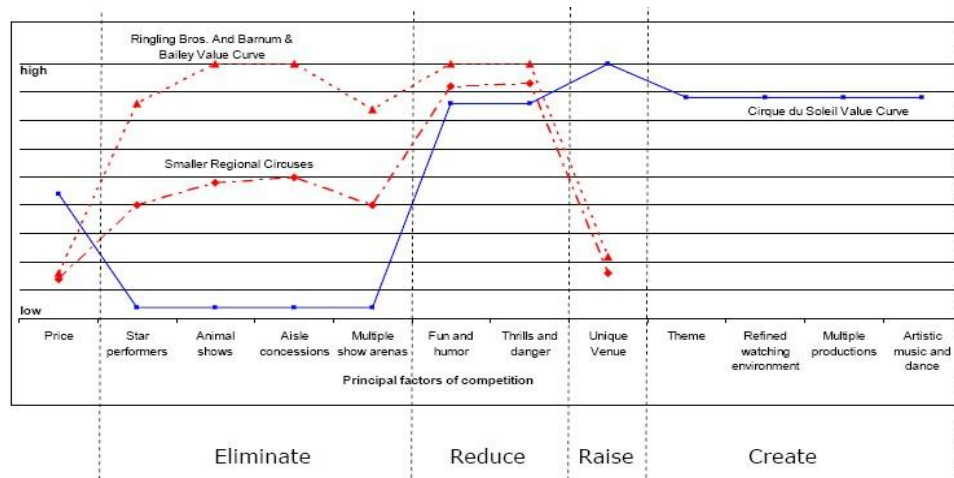
Naśladować    Rynek    Użytkownik    Pomysł    Koncepcja    Ocena

## "Narysuj kanwę strategii twojej branży/biznesu".

Opracuj kanwę strategii dla branży, w której rozwijasz swoje pomysły.

Model kanwy strategii pochodzi z książki: Strategia Błękitnego Oceanu. Procesu przygotowania kanwy strategii jest następujący:

1. Określenie czynników konkurencyjności w branży, w której chcesz pracować.
2. Nakreśl profile konkurencji na kanwie, wykorzystując przy tym swoje konkurencyjne czynniki opracowane w kroku 1.
3. Zastanów się, jakie elementy stanowią ograniczoną wartość dla klienta, ale o wyższym koszcie.
4. Zastanów się, jakie nowe czynniki i elementy mogą powodować wzrost wartości dla klienta i zapewnić ci wyjątkowość.
5. Posortuj elementy konkurencyjne, które powinny być wyeliminowane, zmniejszone, podniesione lub wytworzone.
6. Narysuj swój własny profil na kanwie.



Dowiedz się więcej: Kim & Mauborgne, Blue Ocean Strategy, 2005

## "Gdzie można zwiększyć zadowolenie klientów?"

Wartość dla klienta można utworzyć przed, w trakcie i po zakupie, każdy może utworzyć wartość dla klienta na wszystkich poziomach.

Jednak, gdzie jest możliwość wyrażenia więcej wartości dla klienta w stosunku do opcji, które posiada dzisiaj?

Istnieje 36 możliwości zwiększenia wartości dla klienta. Gdzie są twoje możliwości?

		Sześć etapów cyklu zakupu klienta					
		Zakup	Dostawa	Użycie	Dodatek	Konserwacja	Utylizacja
Sześć sterowników wartości	Wydajność						
	Uproszczenie						
	Wygoda						
	Ryzyko						
	Obraz, przyjemność						
	Środowisko						

Sterowniki wartości należy dostosować do potrzeb klientów. Gdzie jest różnica między tobą, a twoją konkurencją?

## "Opowiedz 3 historie o przyszłości"

Scenariusze o przyszłości stanowią wiele alternatywnych wyobrażeń o tym, jak świat - lub części świata - będzie się rozwijać jeśli ...

Jeśli A, B i C nadal wzrasta, rynek będzie się poruszał w kierunku gdzie .... i będzie to oznaczało 1, 2 i 3.

Jednak, jeśli C spada, pojawi się sytuacja, w której 4, 5 i 6 będzie się działo.

Jeśli C spada, natomiast A i B wzrasta nieznacznie, pojawi się sytuacja 7, 8 i 9.

Typowe metody pracy ze scenariuszami przyszłości to:

1. Co w chwili obecnej zmienia się?
2. Co to jest bardzo niepewne w przyszłości?
3. Jak daleko w przyszłość chcemy patrzeć?
4. Napisz 2-4 alternatywne opowiadania (scenariusze) o tym, jak przyszłość będzie wyglądać.
5. Jak duże jest prawdopodobieństwo, że różne scenariusze sprawdzą się?
6. Co różne scenariusze będą oznaczać dla biznesu, w którym pracujemy?