8 (495) 698-63-64
8 (800) 234-55-22
seminar@finkont.ru
www.finkont.ru

Практикум по применению продуктового подхода для развития продукта и компании

Применение продуктового подхода в бизнесе набирает обороты день ото дня. Все большее число отраслей начинают использовать его для оптимизации деятельности и поиска возможностей для развития. В центре внимания – продукт и необходимость его постоянное совершенствования для удовлетворения потребностей покупателей. Методы и приемы, успешно применяемые в IT, быстро адаптируются как под производство в реальном секторе экономики, так и под оказание услуг, вплоть до образования. Компании, успевшие раньше других внедрить продуктовый подход в свою деятельность, получают значительное конкурентное преимущество перед другими и возможность усилить свое положение на рынке, предлагая востребованный продукт. В программе рассматриваются ключевые шаги по управлению развитием продукта и его конкурентоспособностью, особенности применения практических инструментов продуктового подхода, действия по формированию и организации эффективной работы продуктовой команды.

Дата проведения: Открытая дата

Вид обучения: Курс повышения квалификации

Формат обучения: Онлайн-трансляция

Срок обучения: 4 дня

Продолжительность обучения: 32часа

Для участников предусмотрено: Методический материал.

Документ по окончании обучения: По итогам обучения слушатели, успешно прошедшие итоговую аттестацию по программе обучения, получают Удостоверение о повышении квалификации в объеме 32 часов (в соответствии с лицензией на право ведения образовательной деятельности, выданной Департаментом образования и науки города Москвы).

Для кого предназначен

Руководителей и собственников компаний, руководителей отделов развития, менеджеров по продукту, продуктовых маркетологов, маркетологов.

Цель обучения

Освоить применение продуктового подхода для предложения рынку успешного продукта, приносящего прибыль компании-разработчику и одновременно решающего насущные проблемы потребителя.

Особенности программы

В рамках курса для слушателя программы предоставляется возможность в комплексе освоить применение практических инструментов продуктового подхода, позволяющих сформировать конкурентное преимущество продукта, важное для потребителя и существенно отличающее его от конкурентов.

Результат обучения

В результате обучения слушатели:

- организуют эффективную работу продуктовой команды;
- освоят работу с трендвотчингом;

- проанализируют рынок, найдут ключевые тренды, определяющие и предсказывающие глобальные изменения рынка и отрасли с целью оценки перспектив продукта;
- определят эффективную стратегию развития продукта;
- освоят практическое применение основных инструментов продуктового подхода;
- освоят этапы создания и модернизации продукта.
- будут эффективно управлять экономикой продукта и его конкурентоспособностью;

Это мероприятие можно заказать в корпоративном формате (обучение сотрудников одной компании).

Программа обучения

День-1.

Преимущества применения продуктового подхода для развития компании.

- Продуктовый подход: характеристика и-условия применения.
- Отличия продуктового подхода от-других подходов к-организации бизнеса.
- Перспективы для компании при внедрении продуктового подхода.
- Возможности применения подхода для развития продукта в-условиях цифровизации и-появлении новых технологий.
- Продукт и-фазы продуктового цикла.
- Как потребители влияют на-развитие компании и-ее-продукта.

Формирование продуктовой команды.

- Структура продуктовой команды: распределение ролей, требуемые навыки, потенциальные проблемы взаимодействия.
- Факторы успеха команды при внедрении продуктового подхода.
- Особенности командообразования
- Эффективная внешняя и-внутренняя коммуникации.
- Методы организации работы команды.
- Методы борьбы с-сопротивлением и-стрессом.
- Теория поколений и-ее-влияние на-работу команды.
- Точки контроля руководителя.

Практические занятия по-организации работы команды.

День-2.

Формирование системы знаний о-рынке.

- Трендвотчинг: работа с-сигналами из-будущего.
- Мониторинг и-анализ трендов.
- Прогноз спроса на-тренд.
- Контроль изменения в-технологиях. Прогноз влияния перспективных технологий на-изменение трендов.
- Анализ тенденций в-поведении потребителей на-рынке B2C, B2B, B2G.
- Работа с-ложными потребительскими инсайтами.
- Управление клиентским опытом.
- Современные модели поведения покупателя.
- Цифровые технологии в-работе с-обратной связью от-потребителей.
- Сегментация рынка, выбор целевых рынков, позиционирование.
- Стратегический анализ рынка и-отрасли.
- Измерение рыночного потенциала.
- Прогноз рынка и-оценка рыночной доли.
- Исследование конкурентов: ассортимент, технологии и-функциональные возможности.
- Критерии отбора важных для потребителя ключевых преимуществ для создания конкурентоспособного продукта.

Практикум: Продукт: определение ключевых трендов.

Инструменты работы над продуктом. Практикум.

- Развитие продуктового мышления.
- Системный подход.
- Классические, гибкие и-гибридные методы создания продукта.
- Дизайн-мышление.

- Как и-зачем продакт-менеджеру проводить CustDev.
- Инструмент поиска и-разработки идей Value Proposition Canvas.
- Управление продуктом на-основе данных: DataDriven подход.
- Зачем нужна Customer Journey Map и-как ее-правильно построить.
- Нейросети: возможности и-угрозы практического применения.

День-3.

Стратегические решения относительно развития продукта.

- Взаимодействие компании с-потребителем через продукт: необходимые условия создания лояльности.
- Концепция развития продукта: стратегическое видение.
- Определение целей развития продукта.
- Критерии принятия решения: когда и-как модернизировать старый и-создавать новый продукт, когда выводить продукт с-рынка.

Практикум: Принятие решения о-модернизации продукта.

Особенности этапов технологии создания или модернизации продукта.

- Генерация и-отбор идей по-развитию продукта (созданию нового или модернизации существующего).
- Определение ценностей целевой аудитории.
- Гипотезы: о-потребителе и-продукте. Работа с-целями заинтересованных групп.
- Планирование: оценка сроков, ресурсов, технологий.
- Оценка перспектив продукта.
- Создание и-развитие MVP (минимально жизнеспособного продукта).
- Возможности применения аддитивных технологий
- Тестирование и-доработка продукта.
- Стратегии работы с-клиентами, продвижения и-продаж продукта.

Практикум: Алгоритм вывода нового продукта на-рынок: построение маркетинговых коммуникаций.

День-4.

Экономика продукта и-оценка его конкурентоспособности.

- Критерии выбора бизнес-модели продукта.
- Продуктовая аналитика. Сбор и-анализ продуктовых метрик.
- Оценка продукта конкурентов.
- Уникальное торговое предложение.
- Юнит-экономика продукта.
- Анализ эффективности маркетинга.
- Мониторинг достижения целевых показателей.

Практикум: Оценка эффективности инвестиций в-продукт.

Внедрение продуктового подхода в-компании: управление изменениями.

- Оценка готовности к-изменениям.
- Критерии выбора модели организационных изменений.
- Инструменты управления изменениями.
- Как правильно применять продуктовый подход в-управлении изменениями.
- Цифровая трансформация и-продуктовый подход.
- Ошибки при внедрении продуктового подхода.

Практикум: План преобразований для внедрения продуктового подхода.

Преподаватели

САЛИХОВА Яна Юрьевна

Эксперт Высшей Экономической Школы (ВЭШ СПбГЭУ): президентские программы «Менеджмент организации», «Логистика и управление цепями поставок», EMBA; Mini MBA «Управление компанией — стратегическое маркетинговое управление», программа профессиональной переподготовки «Маркетинг-менеджмент 4.0». К.э.н., доцент кафедры маркетинга СПбГЭУ.

ВОРОБЬЁВ Павел Федорович

R&D директор. Руководитель проекта (сертифицирован ПМ - стандарт).

Бизнес-тренер, консультант по организационному развитию, эксперт-аналитик в области экономики, управления и маркетинга.

Приглашенный лектор и ведущий семинаров в области менеджмента, маркетинга-и построения бизнес-систем анализа-РАНХиГС,-НИУ ВШЭ и ряда корпоративных университетов.

Разработка и сопровождение проектов в сфере машино- и судостроения, энергетики.

Специализируется на бизнес-планировании и моделировании.

ЯКОВЛЕВА Наталья Юрьевна

Бизнес-консультант, эксперт в области маркетинга, интернет-маркетинга и PR.
Работа с проектами, обучение и консультации компаний: МФЦ, Ленэнерго, СПбГПУ, Пулково, Альфа-банк, Северо-Западный медицинский центр, сеть магазинов «Максидом», ДодоПицца, Worldclass, ДЛТ (ЦУМ), СПБ Реновация, строительный холдинг ЛСР, сеть магазинов «Лента» и др.

Приглашенный лектор (спецкурсы, семинары, открытые лекции): НГУ, СПбГУ, СПбГПУ, ИТМО,

Head of PR образовательных проектов, руководила пресс-службой Новосибирского госуниверситета.

Специализируется на маркетинговых стратегиях. Помогает крупным B2B-компаниям выстраивать систему аналитики.

НОСОВЕЦ Юлия Аркадьевна

Эксперт по межличностному взаимодействию, вопросам управленческой эффективности и управлению человеческими ресурсами, организационный психолог.

Образование:

Санкт-Петербургский государственный университет, факультет психологии.

Опыт работы:

- Опыт работы психологом – 25 лет.
- Опыт работы в качестве корпоративного тренера с ОАО «РЖД», АК «АЛРОСА», ОАО «МЕГАФОН», ОАО «ПСБ» и др.
- Опыт проведения тренингов для различных профессиональных групп, в том числе для руководителей медицинских организаций – 17 лет.
- Разработала и проводит программы «Психология переговоров», «Эффективные продажи», «Успешный руководитель», «Публичное выступление», «Создание команды», «Тайм-менеджмент», «Управление изменениями», «Психологические аспекты в работе с претензиями», «Искусство убеждения», др.