

Учебный курс

Основы бизнес аналитики

Лекция 9

Составляющая внутренних бизнес-
процессов(часть 2)

Кандидат технических наук, доцент

Константин Львович Поляков

Инновационные

процессы

Выявление
возможностей
инноваций.

Управление
портфелем
разработок.

Продвижение
новых продуктов.

Основные
группы
процессов

Проектирование
и развитие
продуктов.

Инновационные процессы

Клиенты

Свои идеи

**Выявление
возможностей
инноваций.**

Новый продукт

**Потенци-
альные
клиенты**

Поставщики

**Обсуждать не
свойства, а
результат.**

Инновационные процессы



Предвидеть будущие
потребности клиентов

Выявление
возможностей
инноваций.

- Время, проведенное с ключевыми клиентами;
- Доля новых проектов от клиентов/поставщиков.

Развивать новые продукты



- Количество новых проектов для разработки;
- Количество продуктов с добавленной стоимостью.

Инновационные процессы

Цель управления проектом
— поставка продукта
проекта вовремя и в рамках
бюджета.



Управление
портфелем
разработок.

Цель управления портфелем — получение
наибольшей отдачи от реализации всей
совокупности проектов (относительно их
стоимости и других потенциальных проектных
инвестиций). Управление портфелем
фокусируется на том, чтобы был успешно
реализован весь набор проектов.

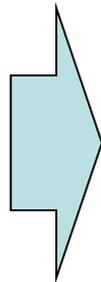
Инновационные процессы

Научно-исследовательские
разработки



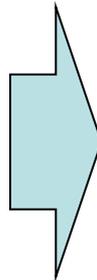
Создание новых знаний

«Революционные»
разработки



Создание передового
продукта

Развитие новых
платформ

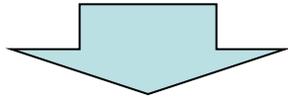


Создание нового
поколения продуктов

Управление
портфелем
разработок.

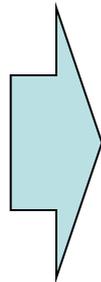
Инновационные процессы

**Производные проекты
развития**



**Развитие определенных
свойств поколения
продуктов**

**Совместные
проекты**



**Получение нового
продукта от другой
фирмы**

**Управление
портфелем
разработок.**

Инновационные процессы



Активно управлять портфелем продуктов

Управление портфелем разработок.

- Соотношение типов проектов (реальное и желаемое);
- Соотношение затрат на проекты (реальное и желаемое);
- Чистая приведенная стоимость проекта.

Расширять портфель продуктов за счет сотрудничества



- Количество совместных проектов;
- Количество лицензированных продуктов.

The Lovemarks Company

www.saatchi.com

SAATCHI & SAATCHI

lovemark - обожаемый бренд (качественно новый тип торговой марки, приходящий на смену «брендам»; отличается устойчивой эмоциональной связью с потребителем)

Одна из ведущих мировых рекламных сетей, 150 офисов в 86 странах мира. В 2003 году обслуживала 60 из 100 крупнейших рекламных агентств.

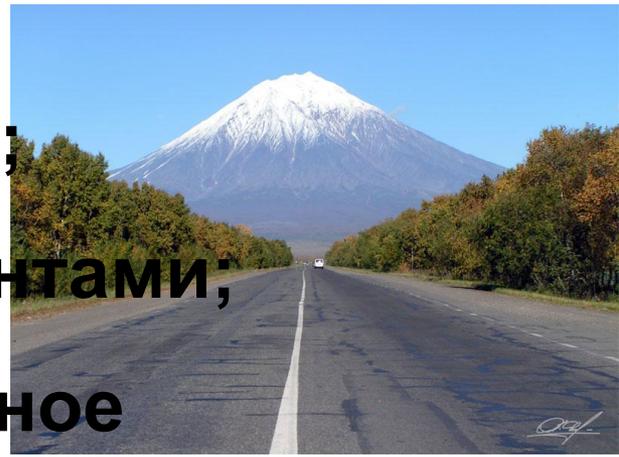
К середине 90-х не связанные единой стратегией разрозненные агентства привели компанию на грань банкротства.

Сохранение клиентской базы
– лучший индикатор
финансового здоровья. 20%
клиентов дают 80% доходов.



**Воспитывать постоянного
воодушевленного клиента.**

- ▶ **Более активная и толковая работа;**
- ▶ **Совершенство в управлении клиентами;**
- ▶ **Соответствующее коммуникационное обслуживание.**



**Стоимость для акционеров
с 1997 по 2000 год возросла
в пять раз.**

Инновационные процессы



«Создание нового продукта, предназначенного для целевого сегмента потребительского рынка, который может производиться с постоянным качеством и по себестоимости, позволяющей получить приемлемую норму прибыли».

Р. Каплан, Д. Нортон

Инновационные процессы

Концепция развития:
разработка свойств,
функциональных
характеристик, оценка
издержек и т.д.



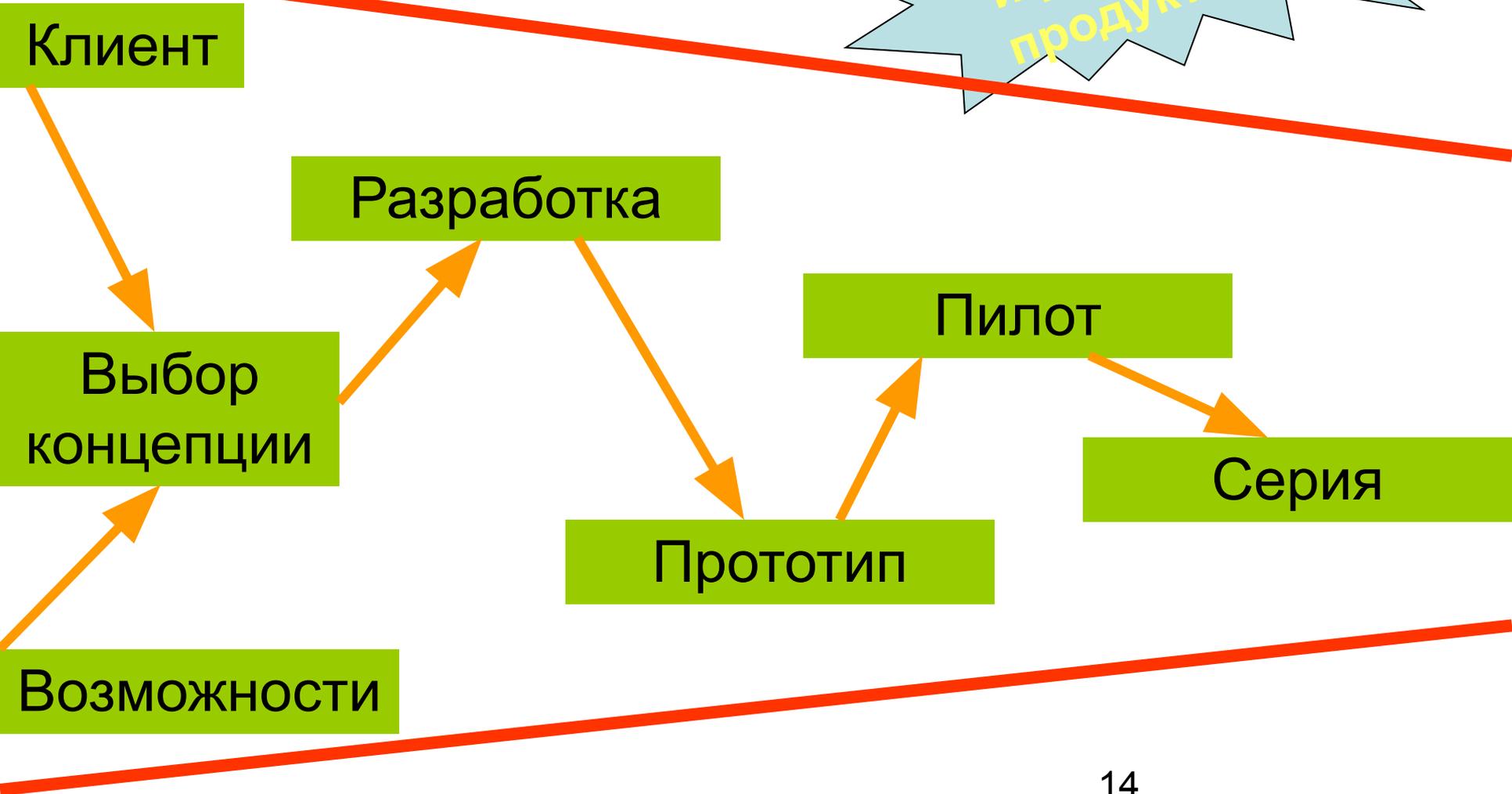
Планирование разработки: моделирование
продукта, финансовое планирование и т.д.

Детальное техническое проектирование:
рабочая модель продукта, проектирование
инструментов и оборудования и т.д.

Инновационные процессы

«Воронка»

Проектирование
и развитие
продуктов.



Инновационные процессы

Ежедневный контроль

Концепция

ТУ компонентов

Кодирование

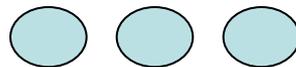
Тестирование

ТУ компонентов

Кодирование

Тестирование

Стабилизация



Инновационные процессы



Управлять портфелем проектов

Проектирование
и развитие
продуктов.

- Число патентов;
- Процент прогрессирующих проектов;
- Число проектов, подвергшихся пересмотру.

Сократить временной цикл развития



- Число проектов выполненных в срок;
- Общие временные затраты;
- Среднее время на разработку, тестирование и запуск.

Инновационные процессы



Быстрый запуск

Продвижение
новых продуктов.

- Время от старта пилотного проекта до выхода на полную мощность;
- Число циклов перепроектирования.

Эффективное производство



- Производственные затраты на выпуск новой продукции;
- Удовлетворенность клиента;
- Издержки обслуживания.

Инновационные процессы



Продвижение
новых продуктов.

Период безубыточности
(Break-Even Time, BET) – время от
начала процесса разработки
нового продукта до момента
получения прибыли достаточной
для покрытия инвестиций в
разработку.

Инновационные процессы

Предложить клиентам более разнообразные характеристики продуктов.

Связь с клиентской составляющей

Первым выйти на рынок с новыми продуктами.

Распространить продукты в новые сегменты рынка.

Crown Castle International

www.crowncastle.com



**Провайдер беспроводной связи и
трансляционных инфраструктур.
23500 вышек в США и 1300 в
Австралии.**

**В 1998 году стратегия роста через
приобретения земельных участков себя
изжила.**



◆ Повышение периодических прибылей;

◆ Увеличение прибылей от сооружений;

◆ Снижение дебиторской задолженности.
Партнерство с клиентом.



◆ Знание активов;

◆ Своевременная обработка заявок о неисправностях;

◆ Сокращение времени от подачи заявки до сдачи объекта

**Значительный рост
входящего денежного
потока.**

Законодательные и социальные процессы

Окружающая среда.

Основные группы процессов

Безопасность и здоровье.

Инвестирование в сообщество.

Трудоустройство.

Законодательные и социальные процессы



Основные группы параметров

- ❖ Потребление энергии и природных ресурсов
- ❖ Загрязнение водных ресурсов
- ❖ Выбросы в атмосферу
- ❖ Твердые отходы и их утилизация
- ❖ Эксплуатационные характеристики продукта
- ❖ Консолидированные показатели

Законодательные и социальные процессы

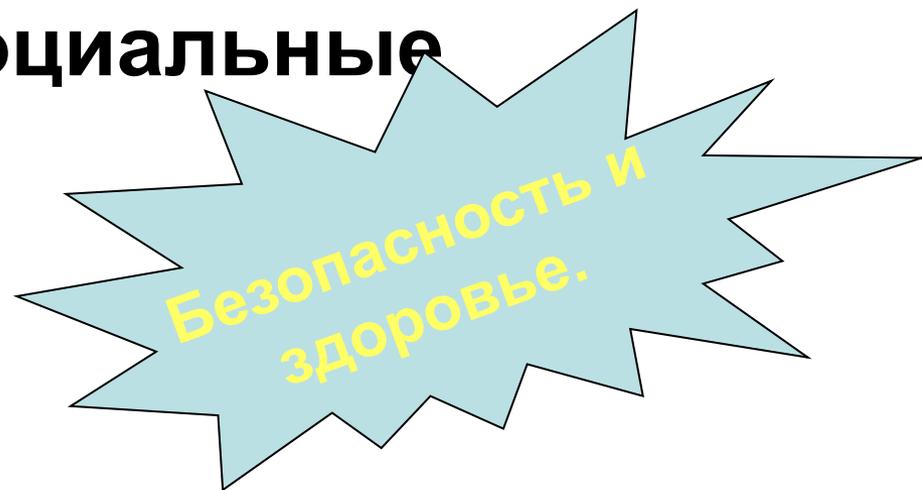


Пути создания СТОИМОСТИ

- ▶ Сокращение издержек
- ▶ Дифференциация продуктов
- ▶ Управление конкурентами
- ▶ Переопределение рынков



Законодательные и социальные процессы



**Нарушения
безопасности и
охрана здоровья**



Потери рабочего времени

Законодательные и социальные процессы



Многообразие делает конкурентоспособность более совершенной, увеличивая потенциал идей и инноваций.

SIEMENS

Законодательные и социальные процессы

Конкурентные преимущества

Инвестирование
в сообщество

Исходные условия

Условия спроса

Правила для конкуренции

Родственные и
вспомогательные отрасли