



eНано

Образовательная онлайн-платформа edunano.ru

e-mail: edunano@enano.info

тел: [+7 \(989\) 563-06-55](tel:+7(989)563-06-55)

Курс: «Применение методологии Jobs To Be Done к технологически сложным продуктам»

Научитесь анализировать перспективность продуктов и разработок, а также выявлять их потенциальных потребителей с помощью методологии Jobs To Be Done.

Стоимость обучения: 6 000 ₽

Когда: 60 дней дней с момента оплаты

Тема Маркетинг, Менеджмент

Формат Курс

Уровень Базовый

Тип обучения Самостоятельно

ОПИСАНИЕ КУРСА

Методология Jobs To Be Done представляет собой эффективный способ исследования потребителей, их интересов и предпочтений.

Она позволяет:

- на этапе идеи определить потенциальных потребителей и востребованность продукта;
- на этапе развития продукта определить те технологические изменения, которые наилучшим образом скажутся на коммерческом потенциале продукта;
- на этапе продвижения определить те маркетинговые послания, которые будут в наибольшей степени способствовать приобретению продукта.

БУДЕТ ПОЛЕЗНО:

- Владельцам сложных технологических продуктов
- Основателям проектов
- Директорам по развитию
- Менеджерам продуктов

- Маркетологам, работающим с технологически сложными продуктами
- Научным сотрудникам, занимающимся прикладными разработками
- Сотрудникам конструкторских бюро
- Сотрудникам отделов разработки
- Инженерам-проектировщикам

ВЫ НАУЧИТЕСЬ:

- Использовать методологию Jobs To Be Done
- Работать с основными шаблонами: Job Story, Job Map,
- Определять критерии успешности выполнения работы
- Составлять карту конкурентов
- Оценивать коммерческую привлекательность идеи/продукта
- Выявлять требования к продукту от потенциальных потребителей
- Определять потенциальных потребителей продукта
- Формулировать маркетинговые послания, вызывающие наибольший отклик у потребителей

По окончании курса – выдаем **Электронный сертификат АНО "еНано"**

АКТУАЛЬНОСТЬ:

Курс уникален тем, что в доступной форме раскрывает достаточно сложный понятийный аппарат. Используемая методология была оптимизирована под сложные технологические проекты, а не под IT-продукты, ориентированные на сегмент B2C, которые находятся в фокусе большинства образовательных продуктов данной тематики.

Обучение будет полезно владельцам сложных технологических продуктов и специалистам по маркетингу. Владельцами могут быть как продакт-менеджеры технологических компаний, так и ученые, работающие над собственным продуктом, основатели стартапов и директора по развитию или маркетингу небольших компаний.

После прохождения курса они получают возможность более точно оценить перспективность предлагаемого продукта, наиболее важные направления его доработки и маркетинговые послания, которые будут иметь максимальный отклик у потенциальных пользователей.

Также этот подход дает прямой выход на удобные инструменты конкурентного анализа и оценку рынка.

ВЫ БУДЕТЕ:

- Изучать теорию в формате видео
- Проходить тесты на самопроверку знаний

ПРОГРАММА

1. Основные понятия методологии и работа

Основные определения:

- Работа и формула работы
- JobStory
- JobMap
- Стейкхолдеры / избиратели
- Критерии успешности / интересы / предпочтения
- Конкуренты

Работа и ее иерархичность:

- Примеры работ («получение дыры в стене», работа графена, работа болеутолящего)
- Иерархия работ и вложенность
- Структура формулы работы, «формула хорошей формулы»

2. Подробное описание работы и избирателей

JobStory:

- Зачем оно нужно
- Что это такое
- Шаблон и примеры (b2c, b2b, b2g проект)

JobMap:

- Зачем оно нужно
- Что это такое
- Шаблон и примеры (пример с гербицидами, ИИ в офтальмологии)

Избиратели:

- Как их определять
- Примеры (лекарство, «умный город», солнечная панель)

4 силы:

- Тяга
- Толчок
- Боязнь

- Инерция

3. Процесс выбора, конкуренты и подведение итогов

Критерии оценки работы

- Что это такое и зачем
- “Критерии критериев”
- Примеры («получение дыры в стене», работа графена, работа болеутолящего)

Интересы и предпочтения

- Что это такое и как их выявлять
- Примеры отображения (холодильники, одностенные углеродные нанотрубки)

Конкуренты

- Виды конкурентов
- Карта конкурентов

Выводы

- Общая схема работы с методикой
- Пример “Job to be Done” Для лучшего понимания здесь будет разобрана сама концепция Job to be Done по концепции Job to be Done, по опыту это очень хорошо позволяет просуммировать все что было сказано и улучшает «запоминаемость»

4. Итоговое тестирование

ЦИФРОВЫЕ НАВЫКИ:

- Практические навыки работы с системой дистанционного обучения
- Освоение на практике правил работы с электронным курсом в слайдовом и/или видеоформате
- Проведение анализа перспективности продуктов и разработок, а так же выявление потенциальных потребителей с использованием цифровых инструментов

АВТОРЫ:

**БАХЧИЕВ АЛАН
ВЛАДИМИРОВИЧ**

Продакт-менеджер, преподаватель, заместитель руководителя отдела «Технологическое предпринимательство» в АНО «eНано». До возвращения в альма-матер руководил IT-проектами в ГК МОРТОН, Билайн, KPMG. Изучал корпоративное предпринимательство в России и США.

**БУРЕНИН АЛЕКСАНДР
ГЕННАДЬЕВИЧ**

Генеральный директор инновационной фармацевтической компании [PEPTIDPRO](#), преподаватель и ментор, эксперт Фонда содействия инновациям.

