



ИДЕЯ: КАК ЕЕ НАЙТИ, ВЫБРАТЬ, РЕАЛИЗОВАТЬ

Новак Ирина Викторовна,
учитель английского языка
ГБОУ СОШ №80

Методика

«Зеркало прогрессивных преобразований».

Потребность → Проблема → Цель → Продукт → Уникальность

Потребность/Проблема

- целевая аудитория (ЦА) продукта,
- описание объективной проблемы этой ЦА

Цель

Формула: Создание/Разработка +
[название продукта] + для + [назначение]

Продукт

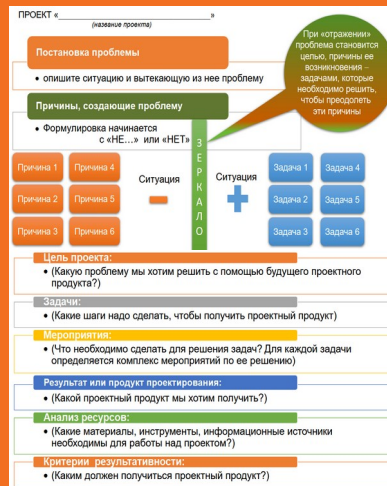
- что продукт включает в себя по функционалу
- как продукт решает проблему ЦА

Уникальность

В чем вы лучше конкурентов, преимущества



Методика «Зеркало прогрессивных преобразований»



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ (ЦА) И ЕЕ ПОТРЕБНОСТИ

3W	Сегмент 1	Сегмент 2	Сегмент 3	Сегмент 4	Сегмент 5
WHO / КТО Кому это нужно?					
WHAT / ЧТО Что они купят/приобретут?					
WHY / ПОЧЕМУ Почему потребитель хочет данный товар, какую потребность он закроет					

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ (ЦА) И ЕЕ ПОТРЕБНОСТИ

3W	Сегмент 1	Сегмент 2	Сегмент 3	Сегмент 4	Сегмент 5
WHO / КТО Кому это нужно?	Мамы в декрете	Школьники младших классов	Студенты	Пожилые люди	Иногородние
WHAT / ЧТО Что они купят/приобретут?	Онлайн экскурсии	Онлайн экскурсии	Онлайн экскурсии с использованием дополненной реальности	Онлайн экскурсии с использованием дополненной реальности	Онлайн экскурсии с использованием дополненной реальности
WHY / ПОЧЕМУ Почему потребитель хочет данный товар, какую потребность он закрывает?	Чтобы не останавливаться в своем развитии	Чтобы иметь возможность изучать историю города без привязки к свободному времени родителей	Чтобы оптимизировать время. Такие экскурсии позволяют все успеть	Чтобы жизнь была более насыщенной и интересной	Чтобы иметь возможность посмотреть что-то заранее, узнать и «увидеть» историю города

Методика

«Зеркало прогрессивных преобразований».

Потребность → Проблема → Цель → Продукт → Уникальность

Проблема

Совершить экскурсию без физического присутствия и познакомиться с утраченными достопримечательностями

Цель проекта



З
Е
Р
К
А
Л
О

Потребность ЦА

Доступ к культурным объектам, недоступным в реальной жизни

Исследовать утраченные достопримечательности

Участвовать в экскурсиях, которые были бы для них недоступны

Методика

«Зеркало прогрессивных преобразований».

Потребность → Проблема → Цель → Продукт → Уникальность

Сегодня дополненная реальность считается одним из самых эффективных маркетинговых решений для привлечения внимания аудитории во время выставок, презентаций и публичных выступлений

Эта интерактивная технология дает пользователю возможность наложить специальные компьютерные 2D и 3D объекты поверх изображения с видеокамеры и, таким образом, «дополнить» реальный экспонат

В 1936
снесли



Собор Вознесения Господня

Методика

«Зеркало прогрессивных преобразований».

Потребность → Проблема → **Цель** → Продукт → Уникальность

Проблема

Совершить экскурсию без физического присутствия и познакомиться с утраченными достопримечательностями

Цель проекта

Разработка интерактивных экскурсий с использованием технологии дополненной реальности для изучения искусства из дома



З
Е
Р
К
А
Л
О

Потребность ЦА

Доступ к культурным объектам, недоступным в реальной жизни

Исследовать утраченные достопримечательности

Участвовать в экскурсиях, которые были бы для них недоступны

Формула:

Создание/Разработка +
[название продукта] +
для +
[назначение]

Методика

«Зеркало прогрессивных преобразований».

Потребность → Проблема → **Цель** → Продукт → Уникальность

Проблема

Совершить экскурсию без физического присутствия и познакомиться с утраченными достопримечательностями

Цель проекта

Разработка интерактивных экскурсий с использованием технологии дополненной реальности для изучения искусства из дома



З
Е
Р
К
А
Л
О

Потребность ЦА

Доступ к культурным объектам, недоступным в реальной жизни

Исследовать утраченные достопримечательности

Участвовать в экскурсиях, которые были бы для них недоступны

Задачи

Описать ценностное предложение

Выявить конкурентов. Описать свое конкурентное преимущество

Методика

«Зеркало прогрессивных преобразований».

Потребность → Проблема → Цель → **Продукт** → Уникальность

Сегодня дополненная реальность считается одним из самых эффективных маркетинговых решений для привлечения внимания аудитории во время выставок, презентаций и публичных выступлений.

БИЗНЕС ИДЕЯ Интерактивные экскурсии из дома с использованием виртуальной и дополненной реальности

ТЕХНОЛОГИЯ

Дизайн с применением дополненной реальности - создание графического облика виртуальных объектов, помещённых в реальную среду



ЦЕННОСТНОЕ
ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Методика

«Зеркало прогрессивных преобразований».

Потребность → Проблема → Цель → Продукт → Уникальность

Проблема

Цель проекта

Потребность ЦА

Задачи

З
Е
Р
К
А
Л
О