

**Как проверить
жизнеспособность идеи:
от оценки до запуска**

Leonid Bugaev, Академия Экспертов
19.04.2012
Russian Internet Forum

Leonid Bugaev

entrepreneur, expert in mobile technologies, creative director. Has 14 years experience in the internet business. Owner of Nordic Agency AB (digital advertising agency, Stockholm - Moscow). Took senior positions at several marketing agencies in Russia and abroad. Created projects for clients including Heineken, Procter&Gamble, Unilever, Danone, HP, Microsoft, Intel



история про падения

nōrdic

“Падали, но поднимались”:
15 лет стартапов

1997-2012: запуски
бизнесов



Välkommen

Welcome to nordic.

Агентство Nordic Agency AB
(Москва – Стокгольм)

Основная специализация:
креатив и графические
решения в интернете

с 2010 – разрабатываем дизайн
мобильных приложений для
iPhone, iPad

стартап по модели 37signals



nordic

nordic agency ab
marketing communications

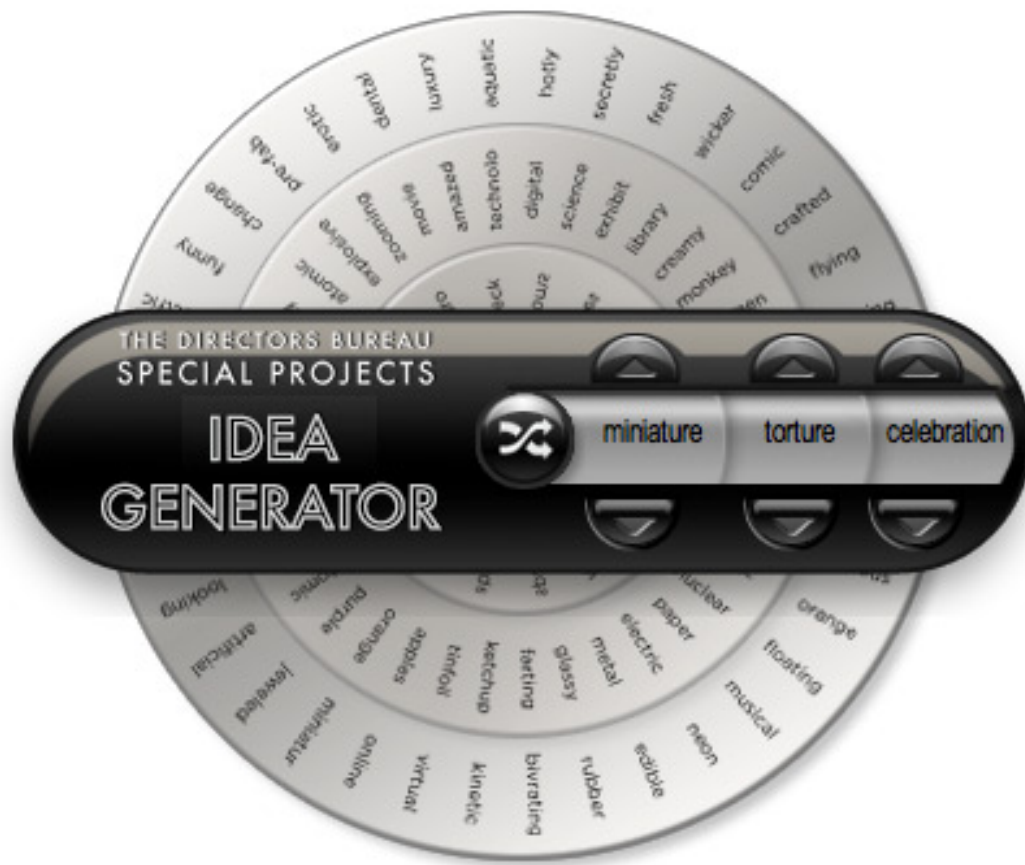
Иде́я (ἰδέα — видность, вид, форма, прообраз) в широком смысле — мысленный прообраз какого-либо предмета, явления, принципа, выделяющий его основные, главные и существенные черты

Два этапа брейнсторма:

IDEA Generation

IDEA Evaluation

Практикум: 40 О



IDEA vs RESULT

Цель – это конечный желаемый результат

Идея описывает направление вашей мысли:
где вы хотите оказаться
что вы хотите **сделать**

Намерение (Смысл) важнее чем Цель.

Смысл отвечает на вопрос: ПОЧЕМУ вы хотите достичь этой Цели.

У Смысла есть эмоции. У Цели (например, хочу заработать миллион долларов) такая эмоция тоже может быть - но она будет меньше.

Задавая вопрос **Почему?** вы можете придумать, как более эффективно достигать определенного результата.

Почему я этого хочу? Почему меня это заряжает? Почему я не могу без этого жить? Правильные вопросы корректируют ваши Цели, оставляя Смысл вашей деятельности без изменений.

Система визуального объединения целей (задач)

Объединяя мелкие цели и задачи в более крупные блоки, вы сможете сфокусироваться на своих больших Целях - которые отвечают на вопрос Почему? и служат ответом Смыслу вашей деятельности

Практика:

1. Фокусируйтесь на **Результате**. Будьте настолько точны в описании этого результата, насколько это возможно. Что является самым важным результатом вашей деятельности вашего стартапа?
2. **Смысл** деятельности. Это то, что заряжает Вас, и заставляет желать результата.
3. Создайте **Карту**: Ваш план действий. большим количеством **Результатов**, которые будут реальными, живыми, осязаемыми, измеряемыми - и которые останутся с Вами надолго (и не пропадут)

Жизнь вашего стартапа изменится, если вы начнете применять эту систему

Вы начинаете улучшать **систему сортировки**, которая отвечает за принятие Ваших ежедневных решений.



Масштаб идеи

Могущество желаний.
Масштабные желания и
ясные цели
подкреплены верой в
успех. Не бойтесь
"больших величин". - ни
большие числа, ни
признанные авторитеты
не должны вас смущать.



**CHANGE
AHEAD**

Мощный внутренний импульс

Люди, которые работают над амбициозными целями, руководствуются мотивами, для которых не нужны компенсации и поощрения. Захотел - сделал. Вот модель жизни, которую вы должны практиковать.

Реализовать такую модель им помогает важное качество - отсутствие внутренних конфликтов, внутренних преград.

А внешние преграды они умеют успешно преодолевать.

Харизма

Уметь увлечь своей идеей. Иначе вы будете тратить другие ресурсы (деньги, время, поощрения). Если люди идут за вами - они пойдут и за вашей идеей.



Рельсы стандартов

или почему унификация никогда не сможет
победить (к сожалению:)

**АКАДЕМИЯ
ЭКСПЕРТОВ**
Academy1.Ru



Стандарт
это круто





HO...



Инновация — это реализованное новшество, обладающее высокой эффективностью. Является конечным результатом интеллектуальной деятельности человека, его фантазии, творческого процесса, открытий, изобретений и рационализации

Успех равен инновациям.

Все делают одинаковые вещи. Те из компаний, которые продолжают предлагать отличные от 'обычных' решения, в итоге вырываются вперед. *Think Different* - это не просто слоган.

Чтобы вырваться вперед, вам нужно научиться общаться.

Ваш Бриф задает будущее ускорение для отличной работы вашей команды

Элементы ограничивающие бриф:
Бюджет и ограничения по времени
Идеи клиента и его пожелания
Ограничения по стилю
Маркетинговая информация
Предварительно отвергнутые идеи

Элементы, расширяющие возможности поиска

Преимущества продукта или услуги, USP

Причина «Почему»?

Тональность коммуникации, настроение

Целевая группа, ее описание

критерии оценки идеи

1) Озвучивайте идею и формулируйте ее вслух. Запишите (= сила слов)

идеи - должны быть на бумаге!

КРІ

Сила цифр в ваших идеях

Спасибо!

Leonid Buran Bugaev

www.Academy1.ru

fb.com/lbugaev

