Business Growth Space®

Позиція бренду і стратегічний вектор. Позначте точки ручкою прямо на колі.

● A · де ми сьогодні ○ B · куди рухаємося —— вектор A → B

ROCKETS GROWTH R&D
Владислав Полонський
Rockets. Growth R&D



БРЕНД · КАТЕГОРІЯ

ТОЧКА A · ДАНІ

Ціновий індекс до категорії

Частка емоційних драйверів вибору

Сила позиції

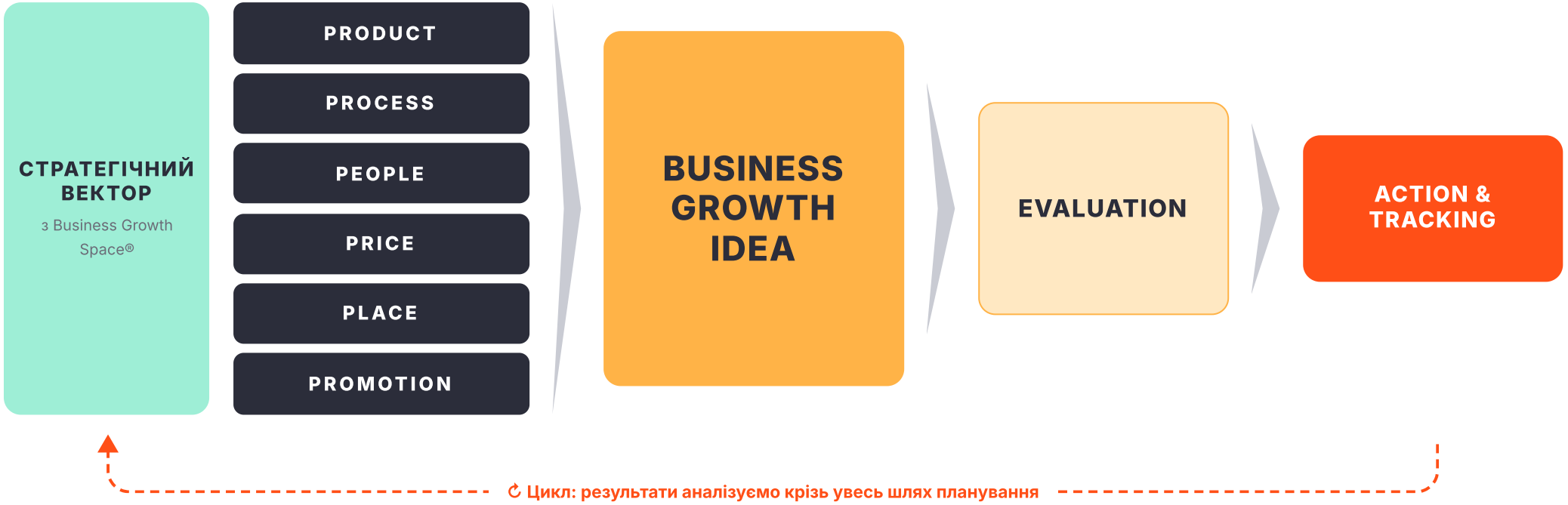
ТОЧКА B · КУДИ І ЧОМУ

НОТАТКИ

Business Growth Trajectory®

Маршрут від стратегічного вектора до результату. Перевага виникає з комбінації елементів, об'єднаних однією ідеєю.

ROCKETS GROWTH R&D
Владислав Полонський
Rockets. Growth R&D



1 Стратегічний вектор

Точки A і B з Business Growth Space®. Тип руху визначає, скільки елементів вмикати, домінантні P і головний KPI.

2 Шість елементів

SWOT у кожному з 6P відносно джерела зростання: суперника, цільової групи або категорії. Шукаємо точки асиметрії: нашу силу проти їхньої слабкості.

3 Business Growth Idea

Метчмейкінг: креативними прийомами зводимо елементи в комбінації, які суперник не скопіює. Спершу максимум гіпотез, оцінка потім.

4 Evaluation

Ресурси (час, люди, гроші) для найцікавіших ідей, бали від 1 до 10 за п'ятьма критеріями і вибір однієї або кількох ідей.

5 Action & Tracking

Дії з власниками і термінами, перший дешевий експеримент, KPI сектора B і контрольні точки.

Цикл

Перші результати аналізуємо крізь увесь шлях і повертаємося до кроку, на якому знайшли розрив.

ROCKETS GROWTH R&D
Владислав Полонський
Rockets. Growth R&D

2 ШІСТЬ ЕЛЕМЕНТІВ · SWOT

ДЖЕРЕЛО ЗРОСТАННЯ: ☐ суперник ☐ цільова група ☐ категорія загалом Хто саме: _____

S і W описують нас. O і T описують джерело зростання. Точка асиметрії: наша S проти їхньої слабкості.

	S · НАШІ СИЛЬНІ	W · НАШІ СЛАБКІ	O · МОЖЛИВОСТІ	T · ЗАГРОЗИ	ТОЧКА АСИМЕТРІЇ
PRODUCT					
PROCESS					
PEOPLE					
PRICE					
PLACE					
PROMOTION					

3 BUSINESS GROWTH IDEA · МЕТЧМЕЙКІНГ

Бриф + стимул = ідея. Спершу кількість, оцінка на наступному кроці.

ROCKETS GROWTH R&D
Владислав Полонський
Rockets. Growth R&D

ГІПОТЕЗА	ЕЛЕМЕНТИ	ЯК РЕАЛІЗУВАТИ	РЕФЕРЕНС З ІНШОЇ КАТЕГОРІЇ	ЧОМУ СПРАЦЮЄ	РИЗИКИ

ШПАРГАЛКА ПРИЙОМІВ

Хід з іншої галузі
Підписка, платформа, проба, чужий актив → у нашу категорію.

Крайнощі
Довести елемент до ×10 або прибрати повністю.

Зроби навпаки
Що в категорії «завжди так»? Переверніть.

Слабкість у силу
Наш мінус стає аргументом, їхній плюс пасткою для них.

Партнерство
Орендувати чужу ситуацію споживання, канал чи довіру.

10x і «Навіщо…?»
Навіщо клієнту чекати, платити, вгадувати? Краще в 10 разів.

Like never before
Інновація продукту: те, чого в категорії ще ніхто не робив.

Унікальна пропозиція
Одна перевага, яку може заявити лише наш бренд.

4 EVALUATION

Ресурси для найцікавіших ідей, оцінка за критеріями і вибір: одна ідея або кілька.

ROCKETS GROWTH R&D
Владислав Полонський
Rockets. Growth R&D

КРИТЕРІЇ, БАЛИ ВІД 1 ДО 10:

1. Ресурси чітко прогнозовані
2. Потенційний результат можна верифікувати дослідженням споживача
3. Забезпечує еволюцію операційних процесів
4. Відповідає наявним ресурсам компанії
5. Забезпечує довгострокову конкурентну перевагу

ІДЕЯ З ШОРТЛИСТУ	РЕСУРСИ: ЧАС, ЛЮДИ, ГРОШІ	ОБМЕЖЕННЯ РЕАЛЬНОСТІ	1	2	3	4	5	СУМА	БЕРЕМО
									☐
									☐
									☐
									☐

BUSINESS GROWTH IDEA ОДНИМ РЕЧЕННЯМ

5 ACTION & TRACKING

ДІЯ	ЕЛЕМЕНТ	ВЛАСНИК	ТЕРМІН

ПЕРШИЙ ЕКСПЕРИМЕНТ: ЩО, МЕТРИКА І ПОРІГ, ДАТА

KPI СЕКТОРА B · ЦІЛЬ · КОНТРОЛЬНІ ТОЧКИ

↻ ЦИКЛ: ЩО ДІЗНАЛИСЯ І ДО ЯКОГО КРОКУ ПОВЕРТАЄМОСЯ