**Источники возникновения идей**

**Исправить то, что раздражает**

Вспомнить то, что раздражает

Выписать это

Придумать как решить эту проблему

**Превращение товара из дешевого в дорогой**

Выписать дешевые товары, услуги

Придумать премиум варианты продуктов

**Удешевление продукта**

Придумать как сохранить необходимые функциональные преимущества, упростив дизайн

**Тренды**

Составить перечень основных трендов: демографических, социальных, макроэкономических

Придумать инновационные решения, которые можно коммерциализировать благодаря трендам

**Локализовать инновации**

Наблюдать и замечать инновации, реализовать в других регионах

Локализовать инновации

**Использовать новейшие технологии**

**Маркетинг –** наука о изучении, анализе рынка. Анализирует потребности клиента, собственные возможности, уровень конкуренции.

Червяк должен быть вкусен не рыбаку, а рыбе.

Ключевое свойство в маркетинге – сегментация. Сегментация – это процесс разделения продукта на целевые сегменты

Сегментация по демографическому принципу – возраст, пол.

Целевые сегменты: студенчество, молодые специалисты, молодые семьи.

**Менеджмент**

Делится на 3 части:

1. управление процессами
2. управление финансами
3. управление персоналом

Процессы до продажи продукции изучение рынка разработки в целях разработки новых или старых:

Реклама

1. Процессы продаж:
2. Организация продаж
3. Выявление потребностей
4. Аргументация
5. Ответы на стандартные возражения
6. Обсуждение цены
7. Завершение контракта

Процессы пост продажного обслуживания:

1. Организация обратной связи с клиентом
2. Жалобы

Первое чем стоит управлять из финансов

Управление прибылью

Из прибыли выплачиваются налоги, дивиденды и нераспределенная прибыль направляется на увеличение капитала (на развитие предприятия)

Собственный капитал – средства владельцев и нераспределенная прибыль

Прибыль может быть в ущерб качеству. Руководитель должен думать о качестве и не получать прибыль в ущерб качеству за счет необоснованного снижения расходов или повышения доходов.

Управление активами – при управлении активов очень важна диверсификация. Активы должны быть распределены по уровню ликвидности. Сверх ликвидность или текущая это счет компании в банке. Это деньги на текущие расходы компании.

Ликвидность второго уровня – ликвидные бумаги, в основном облигации, а также депозиты в банке. Все остальное неликвидные активы.

Капитал – средства владельцев. Развиваться компания может только при увеличении средств владельцев. Компания имеющая опыт и репутацию может акционироваться, выпустить акции и продавать их на бирже. После этого компания может выпустить облигации и получить еще много заемных средств и за счет этого рывок в развитии.