**1. DISCOVERY (Открытие)**

**Что делаем:**

* Определяем стратегическую область, важную для компании (например, управление медицинскими расходами, снижение рисков, повышение точности ценообразования страховки).
* Переводим её в **темы инноваций**: профилактика, справедливое ценообразование, прогнозирование расходов.
* Формулируем **problem statement** (проблемное заявление).

*Например: “Страховые компании теряют миллионы из-за неточного прогнозирования расходов и отсутствия персонализированных тарифов. Нужно найти способ предсказать ключевых факторов затрат (курение, BMI, возраст, регион) и использовать это для оптимизации бизнес-модели.”*

**2. IDEATION (Генерация идей)**

**Что делаем:**

* Собираем идеи от команды и экспертов. Например:
  + Построить предиктивную модель страховых расходов.
  + Разработать дашборд для региональных сравнений.
  + Предложить wellness-программы (курение, вес).
* **Graduation (отбор идей):**
  + Каждая идея оценивается по критериям: вклад в стратегические цели, реализуемость, ценность.
  + Отбираем топ-идеи для дальнейшей проработки.
* Привязываем идеи к **стратегическим целям**: снижение убытков, персонализация, удержание клиентов.

**3. PC CREATION (Создание концепции)**

**Что делаем:**

* Концептуализируем идею (описание решения, целевой пользователь, бизнес-ценность).
* Проверяем **новизну**: есть ли аналогичные продукты на рынке?
* Проверяем **функциональность**: технически можно ли построить модель/дашборд?
* Проверяем **feasibility (осуществимость)**: есть ли данные, ресурсы, компетенции?
* Проверяем **alignment (согласованность)**: соответствует ли это стратегическим целям компании?

*Пример: Концепт — “Предиктивная аналитическая модель + дашборд для страховщика, которая выделяет high-risk клиентов (курящие с высоким BMI), позволяет предлагать им профилактические меры и корректировать тарифы”.*

**4. EXECUTION (Исполнение)**

**Что делаем:**

* Создаём **POC (Proof of Concept)** — рабочий прототип модели и дашборда.
* Тестируем на исторических данных:
  + точность прогнозов,
  + бизнес-ценность (например, насколько лучше распределяются премии).
* Проверяем **market viability (рыночная жизнеспособность)**:
  + насколько это решение реально поможет страховщику снизить расходы?
  + будут ли клиенты лучше воспринимать такие тарифы?
* Проверяем **scale (масштабируемость)**:
  + можно ли внедрить на уровне всей компании?
  + сколько стоит поддержка и обновление модели?

✅ В результате у вас есть путь:  
**от идеи (снижение мед. расходов) → через аналитику и инновации → до реального продукта (модель + дашборд) → бизнес-ценность (точные тарифы, программы профилактики, удержание клиентов).**