

Яндекс

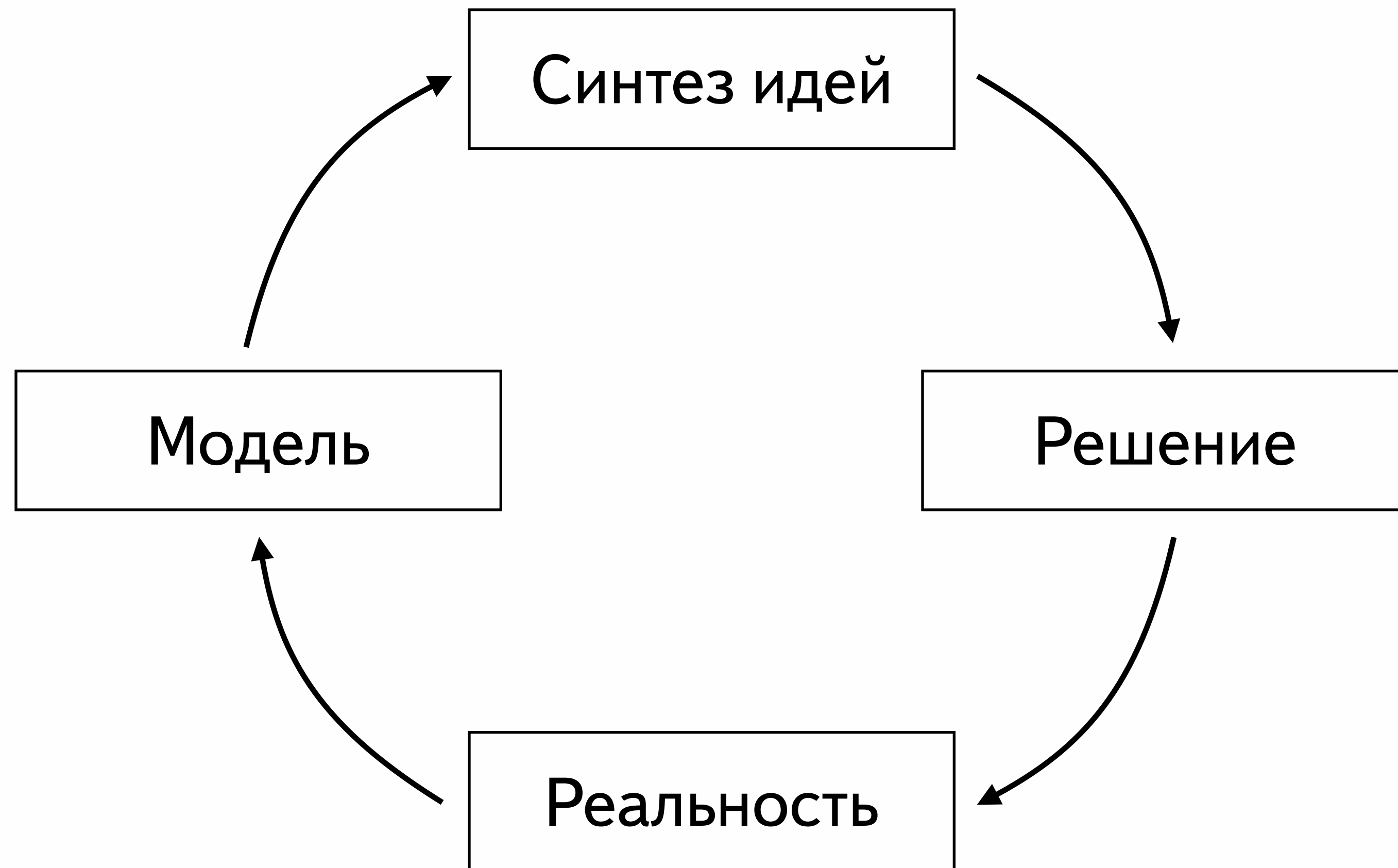
Яндекс

# Черный ящик изобретателя: откуда берутся идеи новых продуктов?

Денис Поповцев



Хочу признаться...







Технологии

Технологии



Продукты

Технологии



Продукты

Общество



Технологии



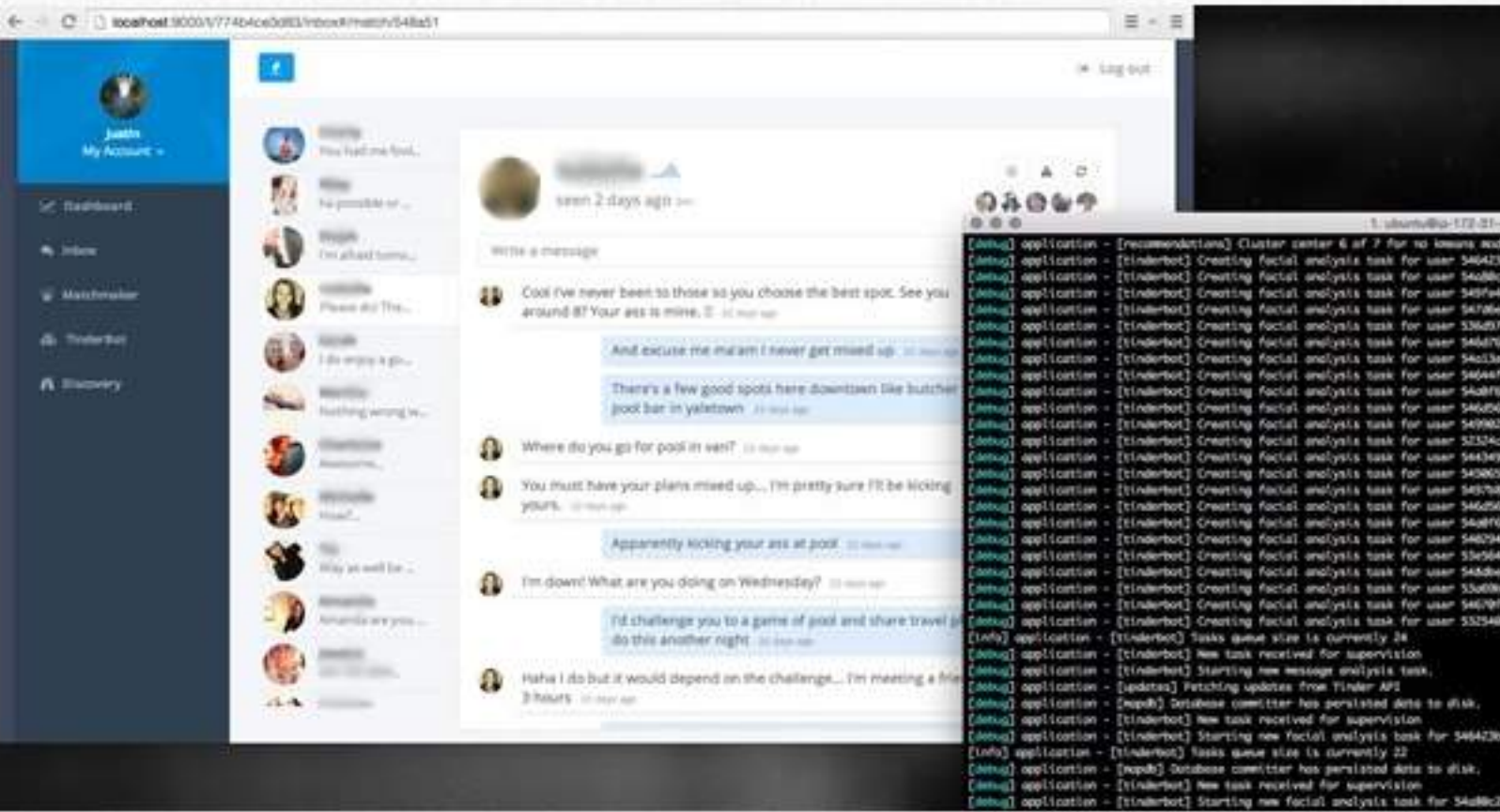
Общество

Automating Tinder with Eigenfaces

crockpotveggies.com Automating Tinder with Eigenfaces

# AUTOMATING TINDER WITH EIGENFACES

While my friends were getting sucked into "swiping" all day on their phones with Tinder, I eventually got fed up and designed a piece of software that **automates everything on Tinder.**



The screenshot shows a Tinder chat interface with a terminal window overlaid on the right side. The chat messages include:

- Josh: You feel me bro.
- Josh: No possible or ...
- Josh: I'm all out here.
- Josh: Please do this.
- Josh: I do enjoy a gi...
- Josh: Nothing wrong w...
- Josh: Apparently...
- Josh: Why are you be...
- Josh: Apparently are you...
- Josh: ...

The terminal logs show the following messages:

- [info] application - [Tinderbot] tasks queue size is currently 34
- [info] application - [Tinderbot] New task received for supervision
- [info] application - [Tinderbot] Starting new message analysis task.
- [info] application - [updates] Fetching updates from Tinder API
- [info] application - [updates] Database connector has persisted data to disk.
- [info] application - [Tinderbot] New task received for supervision
- [info] application - [Tinderbot] Starting new facial analysis task for 3484236
- [info] application - [Tinderbot] tasks queue size is currently 22
- [info] application - [updates] Database connector has persisted data to disk.
- [info] application - [Tinderbot] New task received for supervision
- [info] application - [Tinderbot] Starting new facial analysis task for 3484800

Since Tinder's rising popularity, including its use by Olympic athletes such as snowboarder Rebecca Torr, Tinder has achieved critical adoption as a launchpoint for singles meeting singles. Its rising popularity has encouraged a wave of "Tinderbot" inventions by nerds doing things such as "swiping right" for everyone near their location (and of course those pesky spammers). It wasn't my intention to "one-up" the competition, but using the facial recognition algorithm Eigenfaces I built a bot that learns when to swipe right (like a person) AND swipe left (dislike a person) AND start your conversations.

Технологии

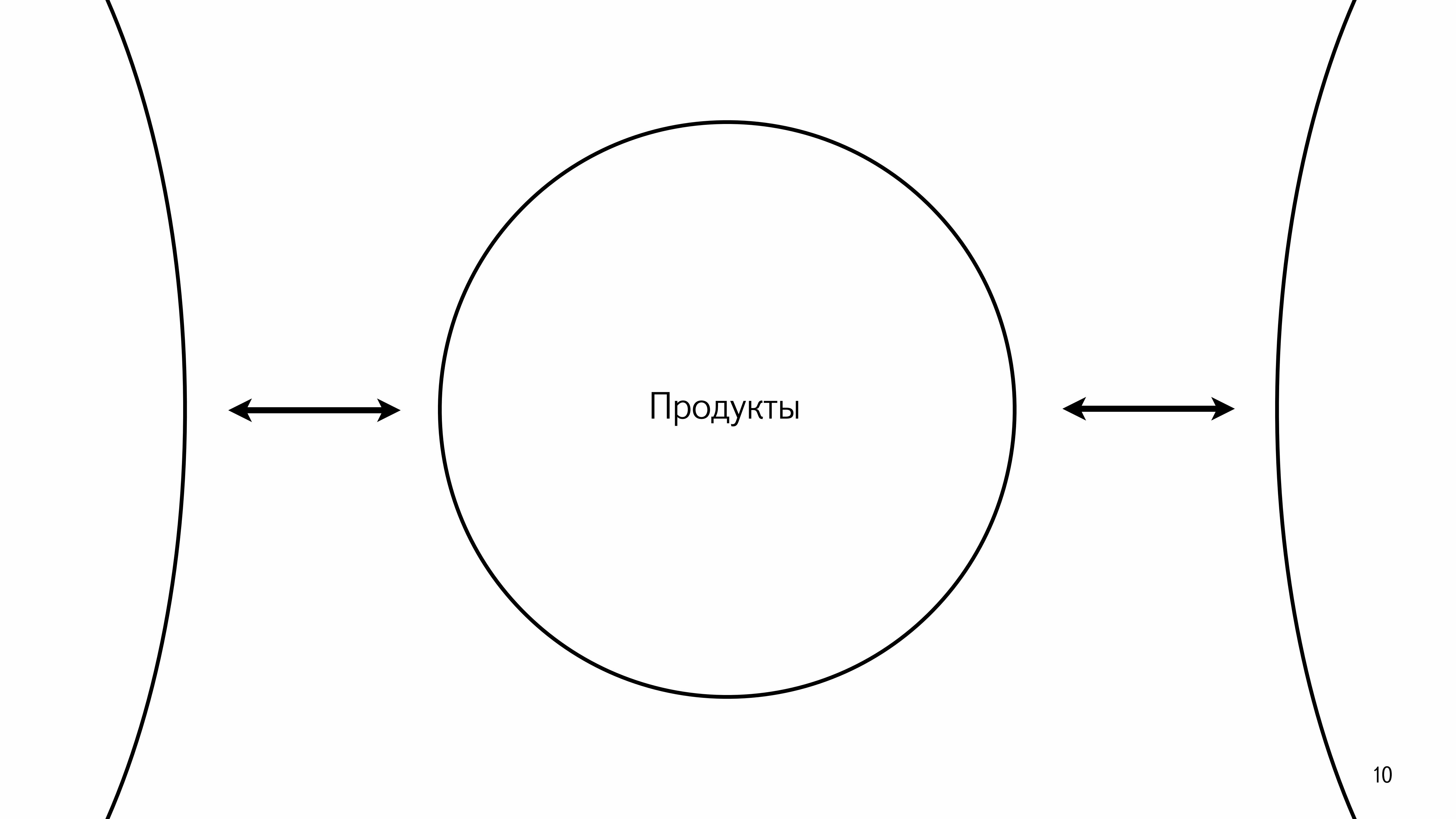


Общество

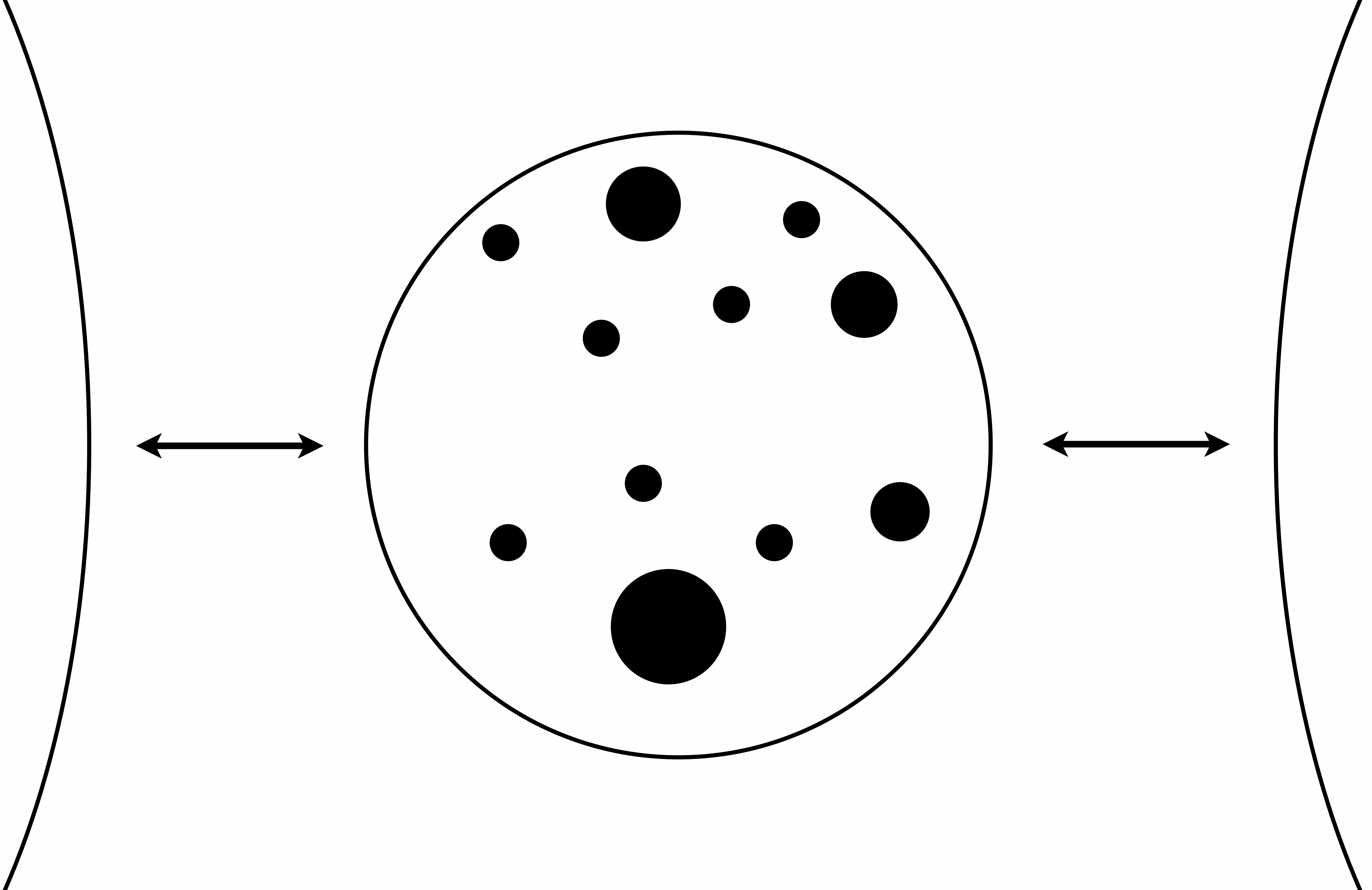
Параллельно большому миру существует маленький мир. В большом мире изобретен дизель-мотор, написаны "Мертвые души", построен ДнепроГЭС и совершен перелет вокруг света. В маленьком мире изобретен кричащий пузырь "уйди-уйди", написана песня "Кирпичики" и построены брюки фасона "полпред".

В большом мире людьми двигает стремление облагодетельствовать человечество. Маленькие люди торопятся за большими. Они понимают, что должны быть созвучны эпохе и только тогда их товарец может найти сбыт

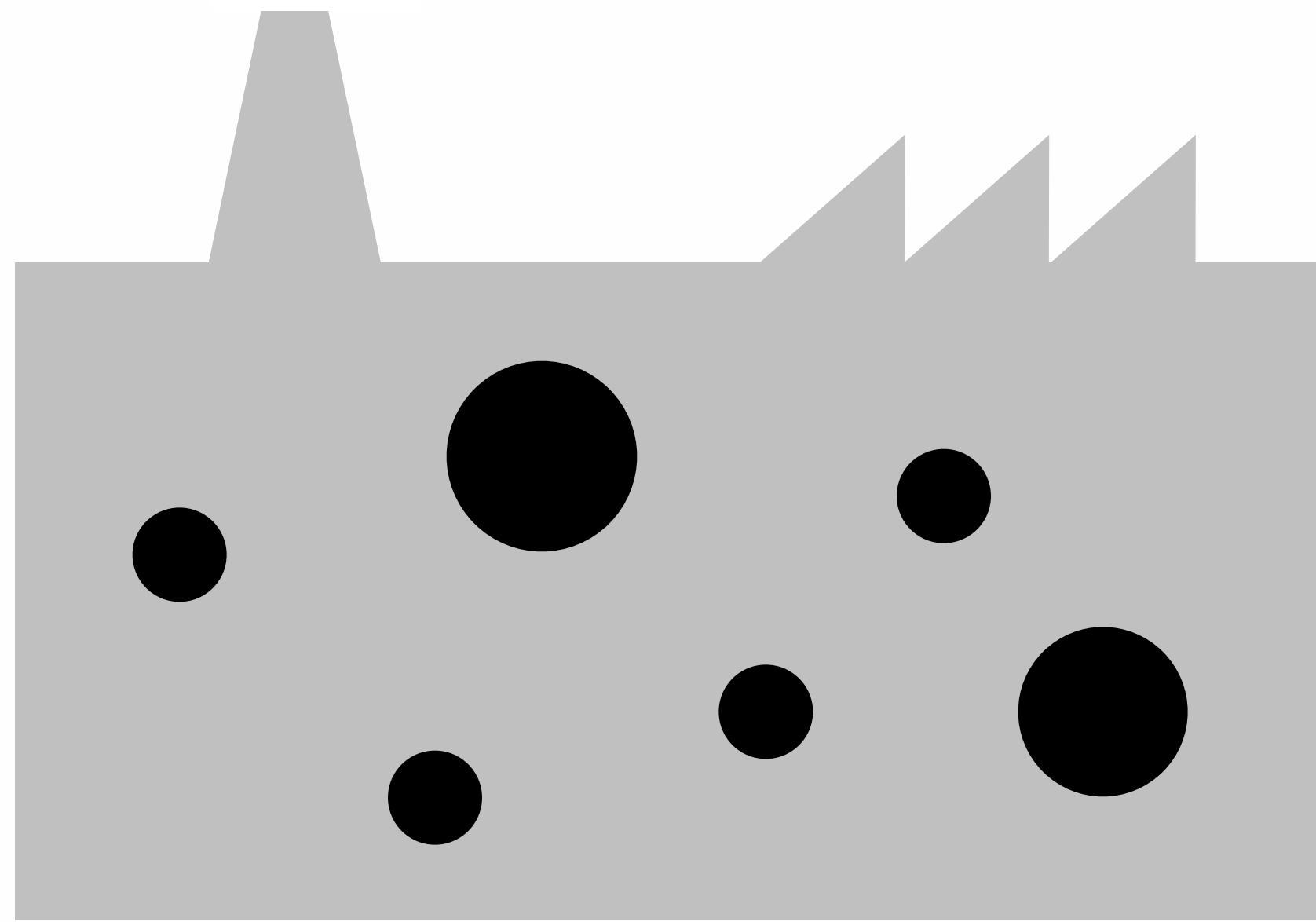




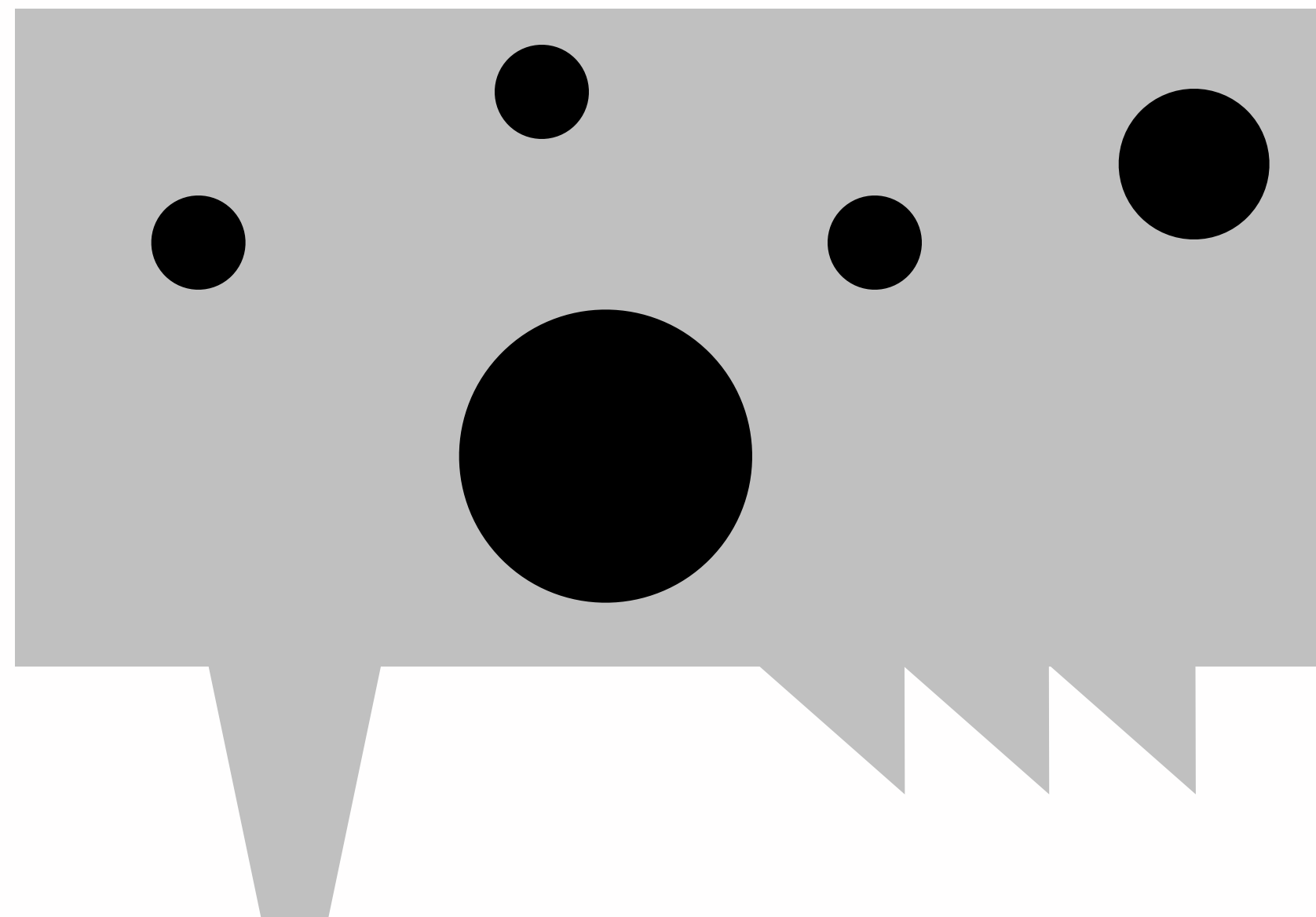
Продукты



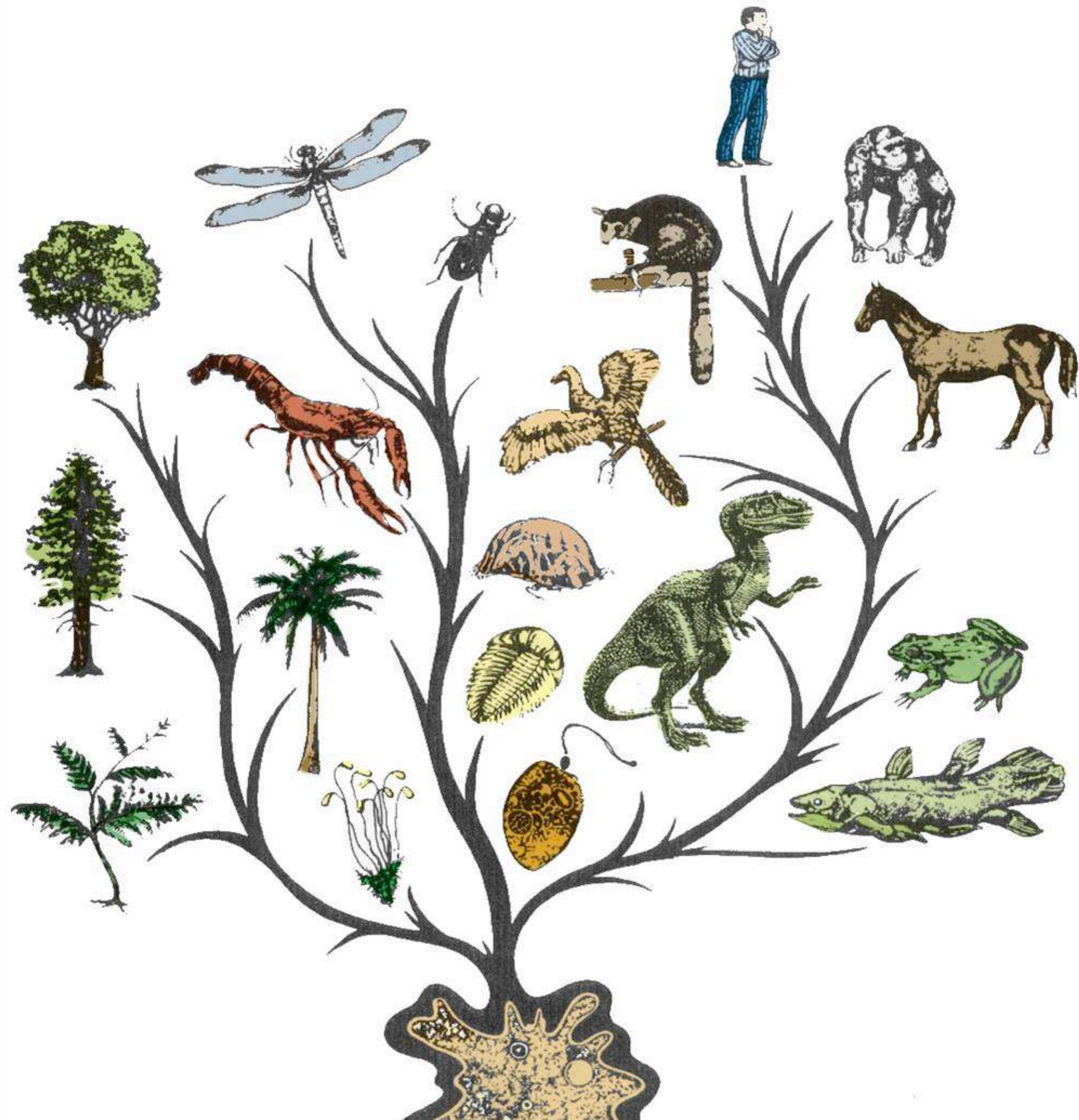
Сообщество стартапов



Крупные компании











# Особенности продуктовых идей

«Перекосы» в темах проектов

Не всегда эффективно реагируют на изменения в обществе

Не используется полный потенциал технологий

Нет фокусировки на важных проблемах, не появляется синергия

Технологии

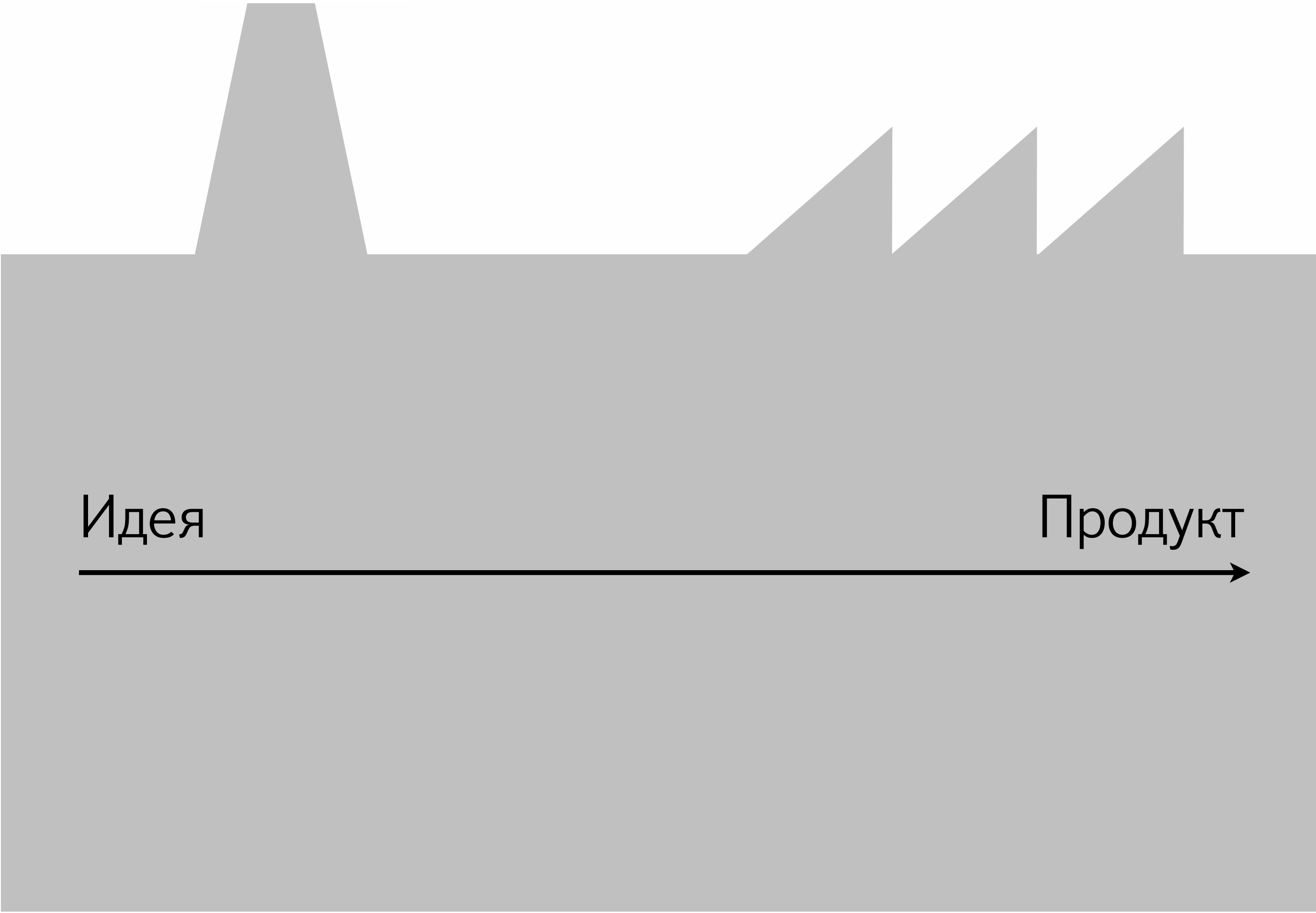


Стартапы

Гиганты



Общество



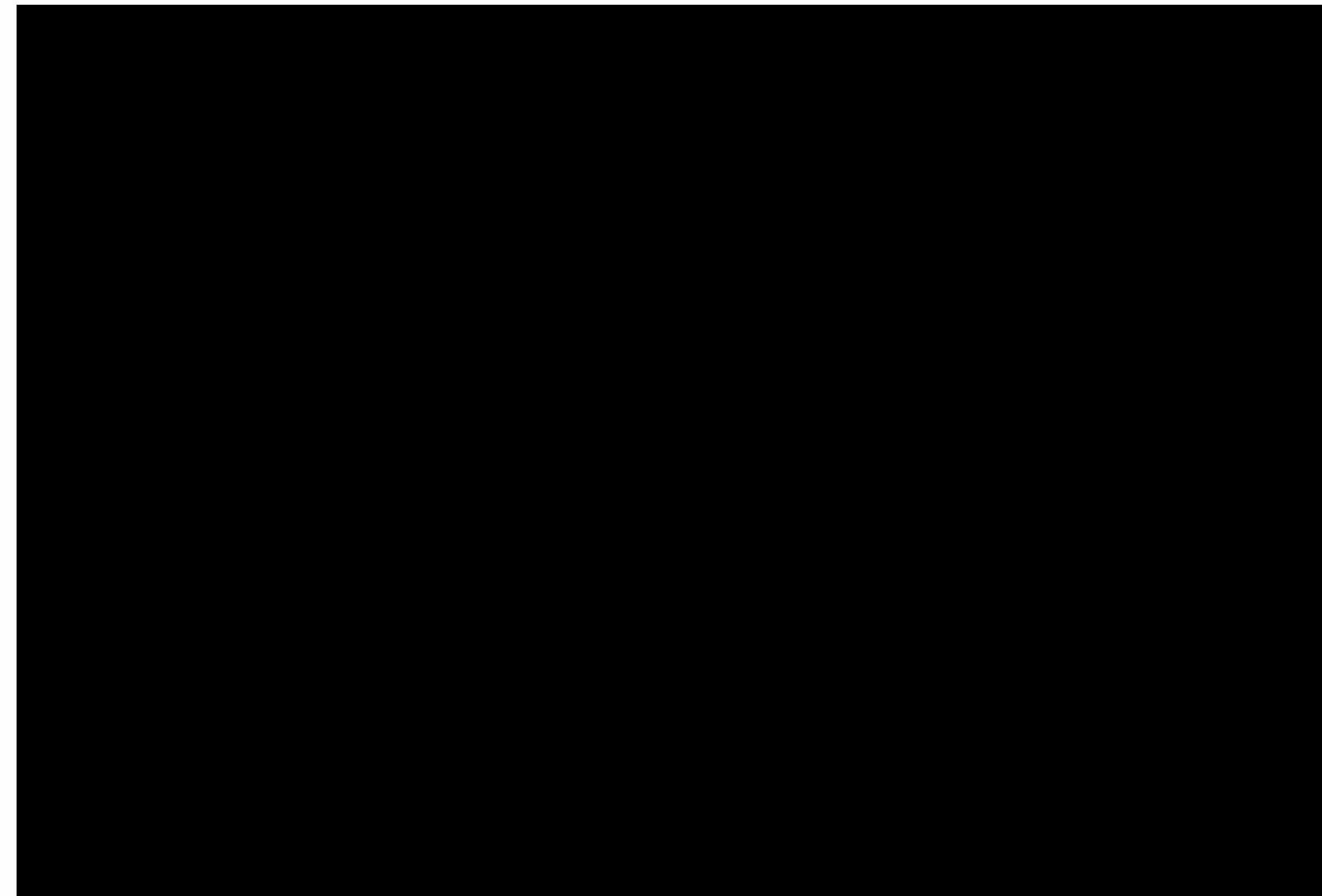
Проблема/тренд



Технологии



Ограничения



Поток идей

# Принципы

«Слезает» с информационного наркотика

Ищем сигналы и выдвигаем гипотезы

Используем модели

Знаем динамику рынка

Используем креативность

Что внутри черного ящика?



# Навыки погружения в предметную область

Понимание продуктовых категорий и их отличий

Механизмы создания ценности

Экспериментальные проекты

Постоянный мониторинг новых продуктов



# Использование «моделей мышления»










## The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:


On:

Iteration:

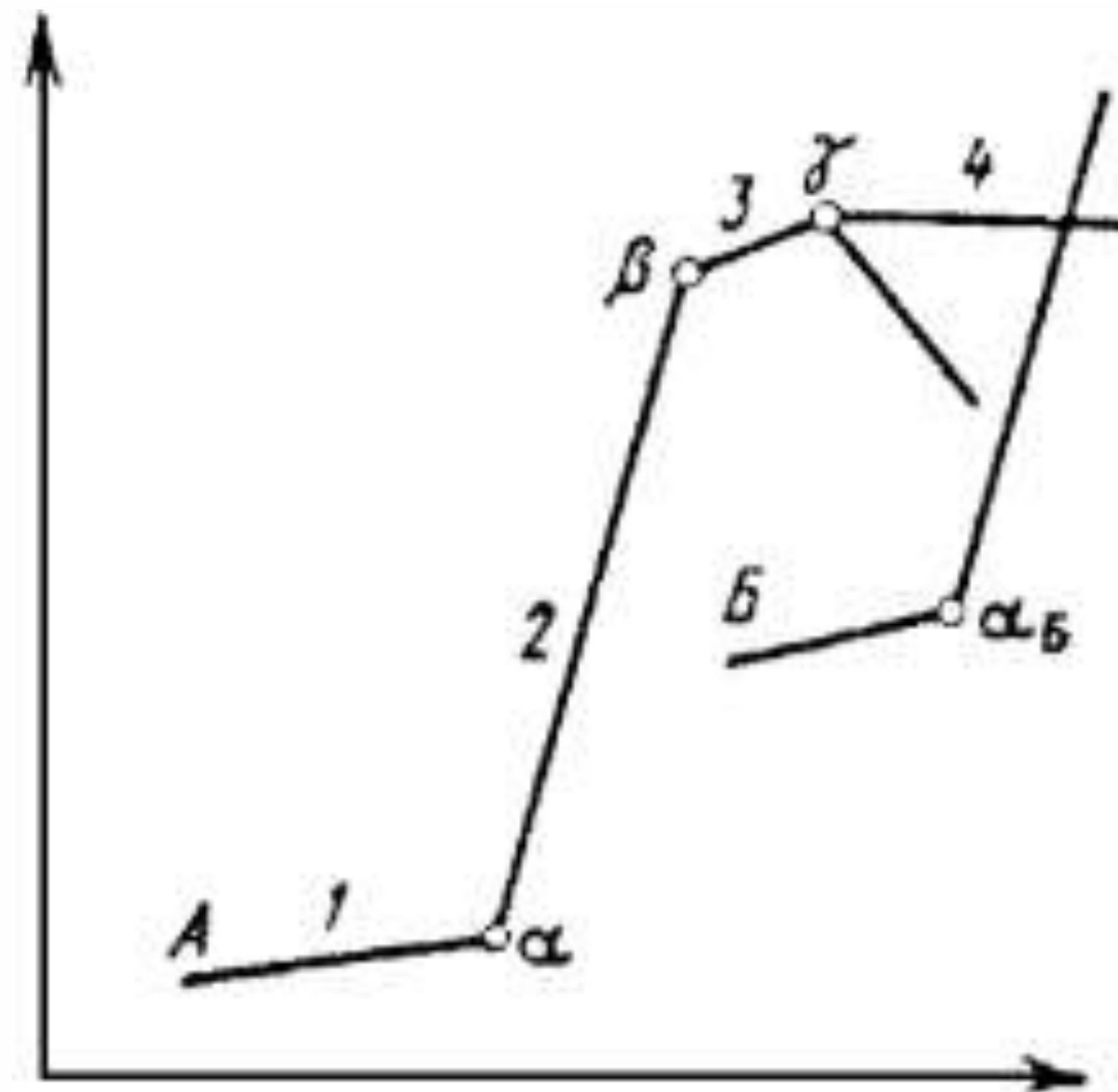
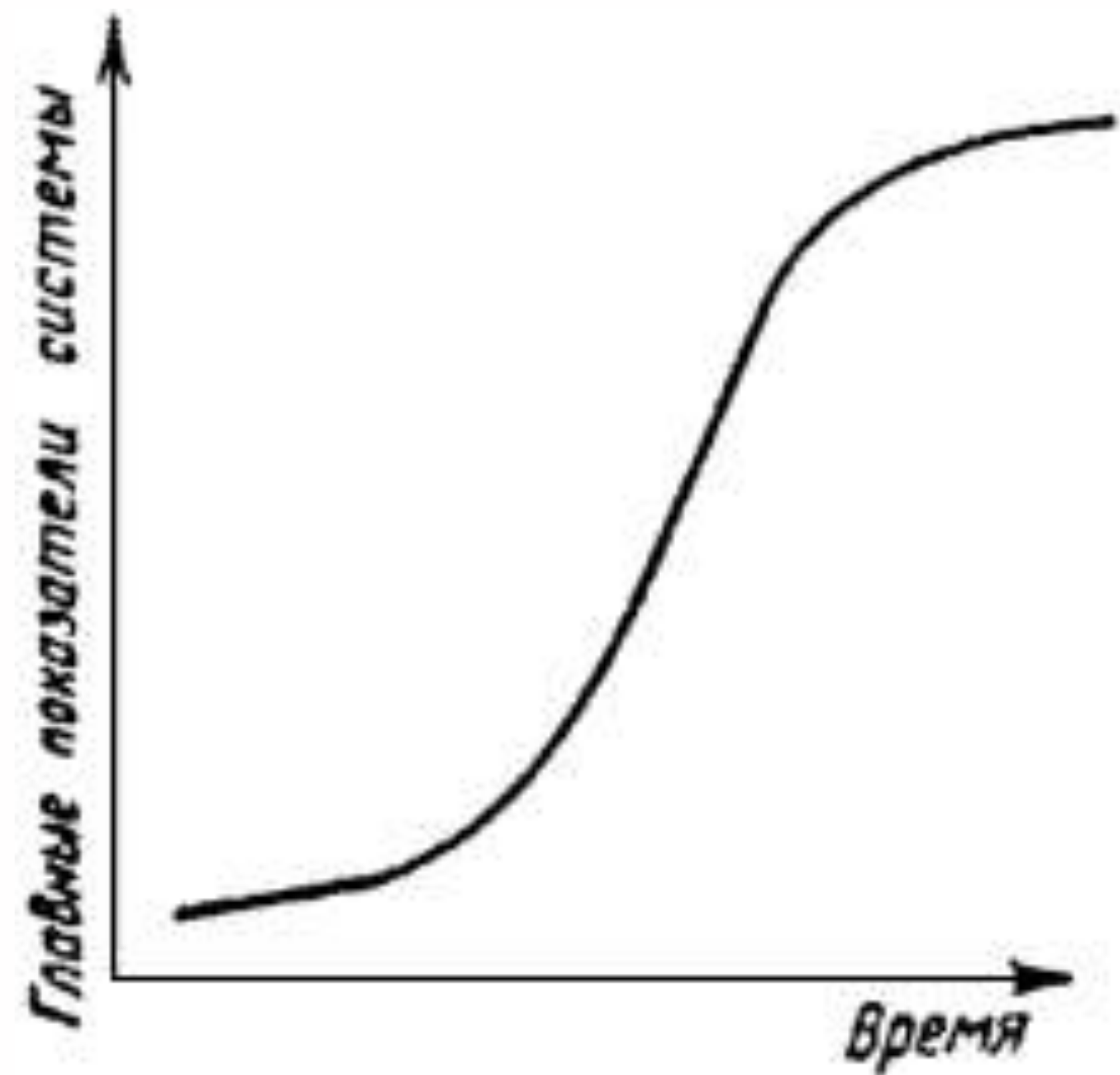
<h3 style="margin: 0;">Key Partners</h3>  <p>Who are our Key Partners? Who are our key suppliers? Which Key Resources are we acquiring from partners? Which Key Activities do partners perform?</p> <p><b>INNOVATIONS FOR PARTNERSHIPS</b> Optimization and economy Reduction of risk and uncertainty Acquisition of particular resources and activities</p>	<h3 style="margin: 0;">Key Activities</h3>  <p>What Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue streams?</p> <p><b>CATEGORIES</b> Production Problem Solving Platform Network</p>	<h3 style="margin: 0;">Value Propositions</h3>  <p>What value do we deliver to the customer? Which one of our customer's problems are we helping to solve? What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment? Which customer needs are we satisfying?</p> <p><b>CATEGORIES</b> Novelty Performance Customization "Conquering the Job Done" Design Price Place Ease of Adoption Risk Reduction Accessibility Convenience/Usability</p>	<h3 style="margin: 0;">Customer Relationships</h3>  <p>What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which ones have we established? How are they integrated with the rest of our business model? How costly are they?</p> <p><b>EXAMPLES</b> Personal assistance Personalized Personal Assistance Self-Service Automated Services Communities Co-creation</p>	<h3 style="margin: 0;">Customer Segments</h3>  <p>For whom are we creating value? Who are our most important customers?</p> <p><b>EXAMPLES</b> Mass Market Niche Market Segmented Personalized Multi-sided Platform</p>	
<h3 style="margin: 0;">Key Resources</h3>  <p>What Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams?</p> <p><b>TYPES OF RESOURCES</b> Physical Intellectual (brand, patents, copyrights, data) Human Financial</p>		<h3 style="margin: 0;">Channels</h3>  <p>Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? How are we reaching them now? How are our Channels integrated? Which ones work best? Which ones are most cost-efficient? How are we integrating them with customer routines?</p> <p><b>CHANNELS PHASES</b> 1. Awareness 2. Evaluation 3. Purchase 4. Delivery 5. After sales</p>		<h3 style="margin: 0;">Cost Structure</h3>  <p>What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive?</p> <p><b>IN YOUR BUSINESS MODEL</b> Cost Drivers (Customer unit structure, low price value proposition, maximum automation, extensive outsourcing) Value Drivers (Economies of scale, economies of scope, premium value proposition)</p> <p><b>SAMPLE CHARACTERISTICS</b> Fixed Costs (rent, taxes, salaries) Variable costs Economies of scale Economies of scope</p>	<h3 style="margin: 0;">Revenue Streams</h3>  <p>For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How are they currently paying? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?</p> <p><b>TYPES</b> Asset sale Usage fee Subscription Fee Licensing Advertising</p> <p><b>FIXED PRICING</b> Lump Sum Product feature dependent Customer segment dependent Volume dependent</p> <p><b>DYNAMIC PRICING</b> Negotiated (bartering) Usage Management Real-time Market</p>

[www.businessmodelgeneration.com](http://www.businessmodelgeneration.com)

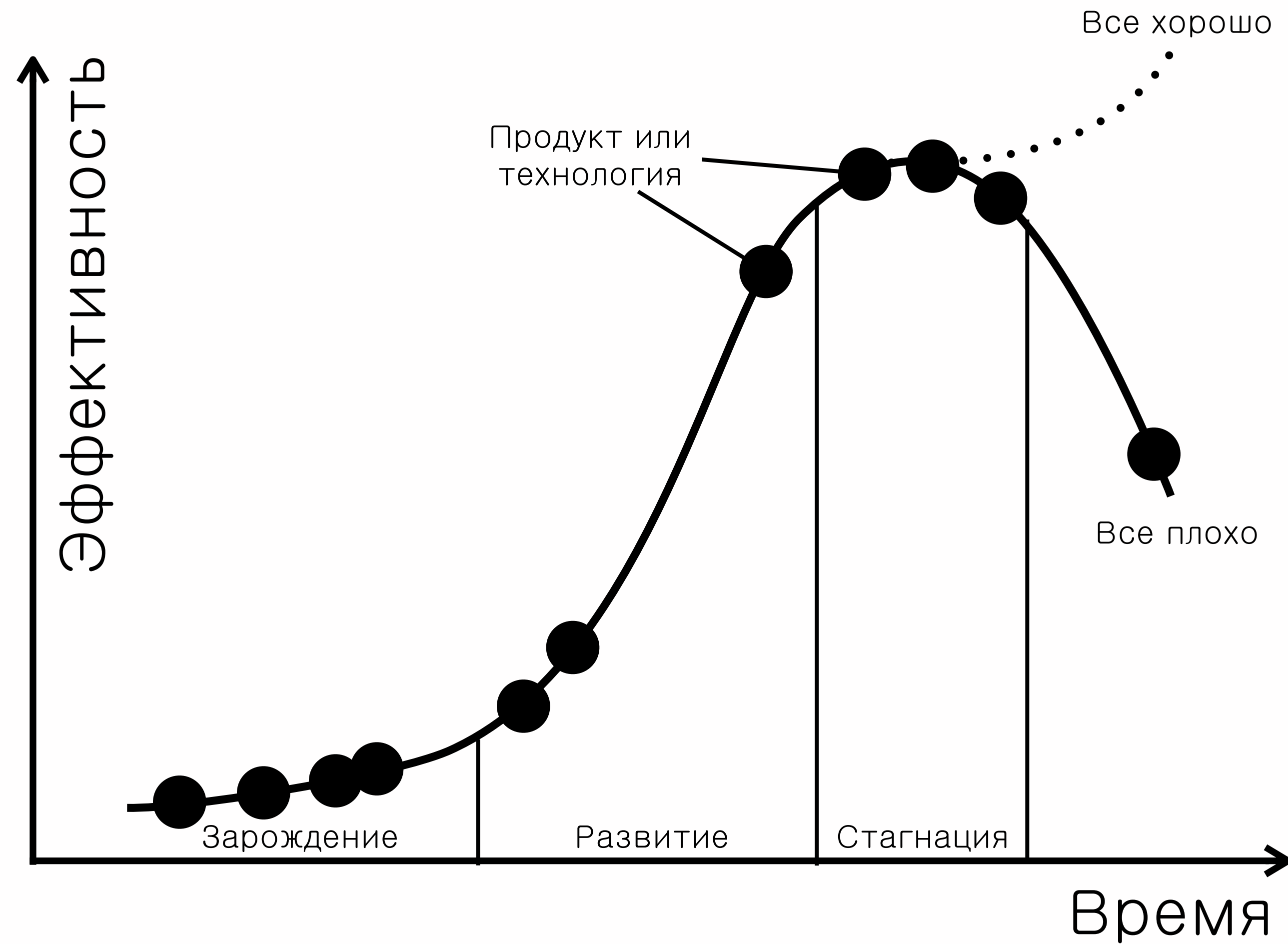
This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.



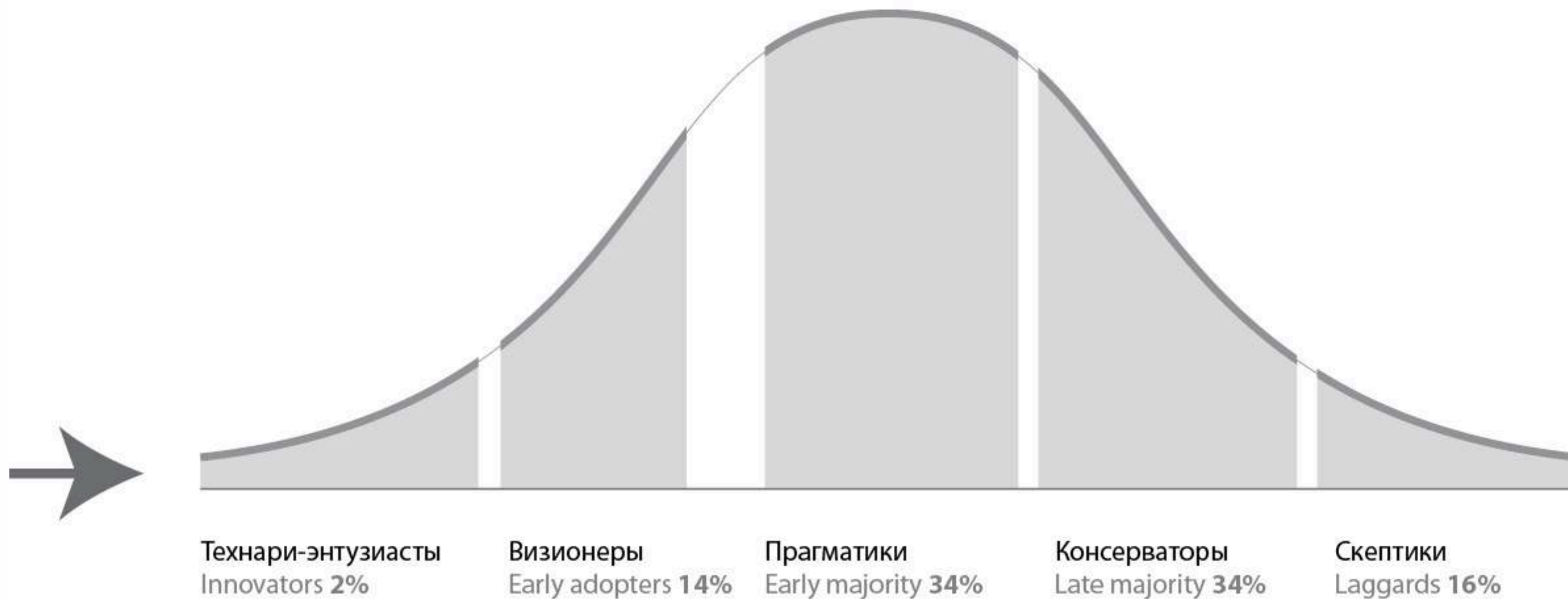
# Использование «моделей мышления»



# Использование «моделей мышления»



# Использование «моделей мышления»



# Креативные методики

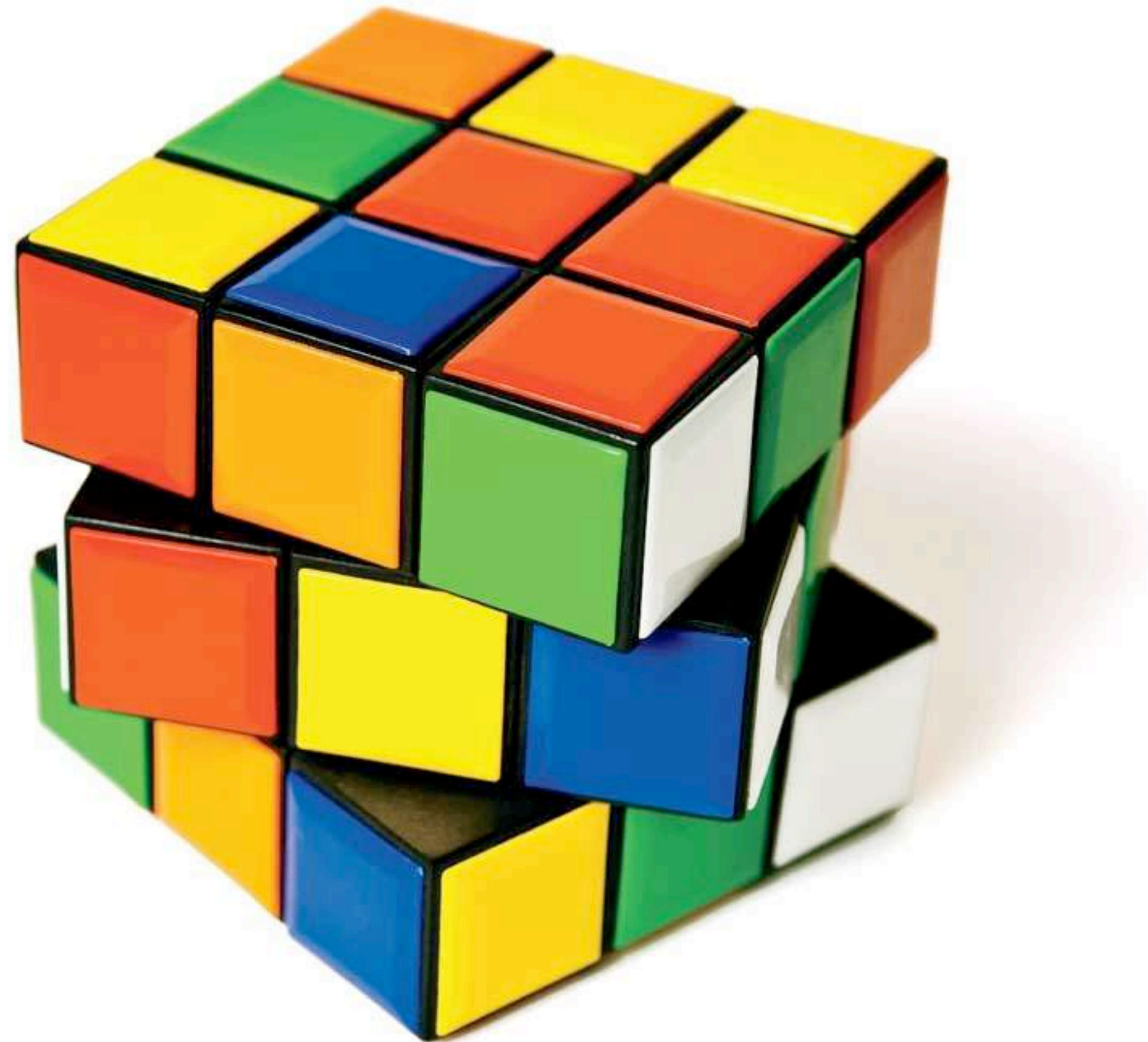
Борьба с шаблонным мышлением

Эвристический подход

Теории инноваций



# Pivot Thinking





# Эмпатия (качественные исследования)

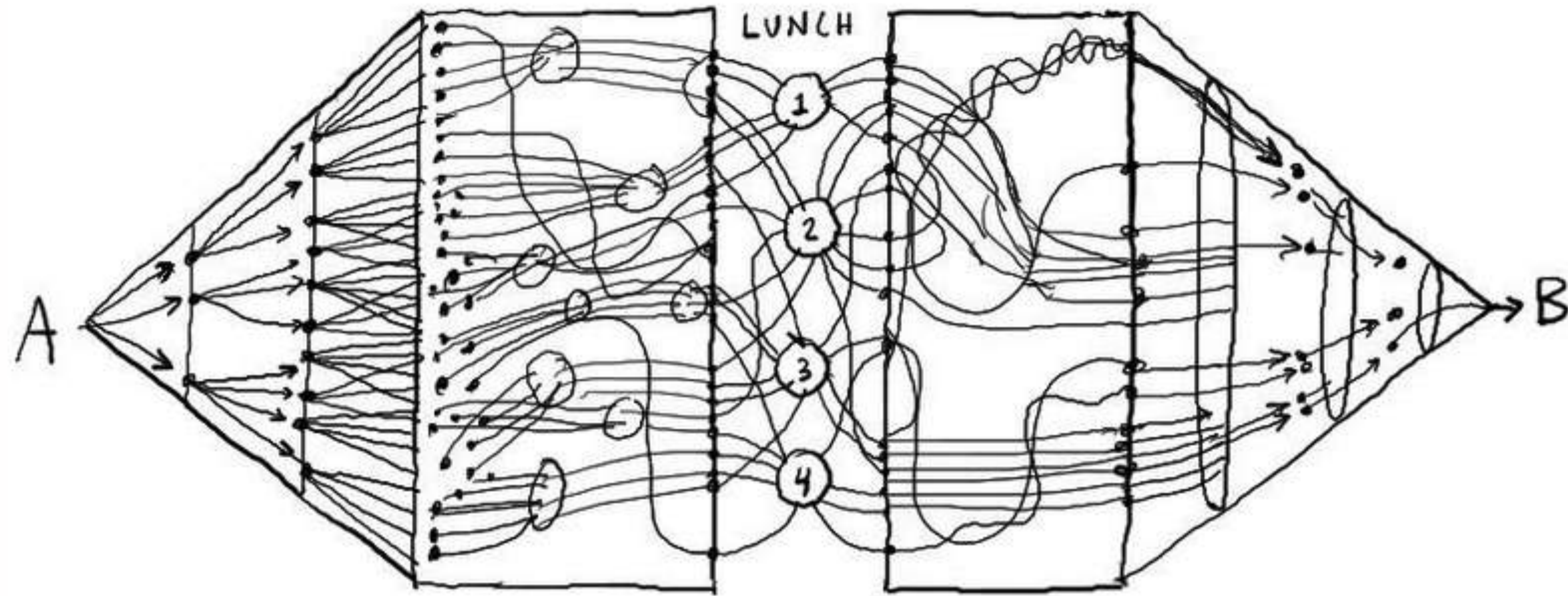
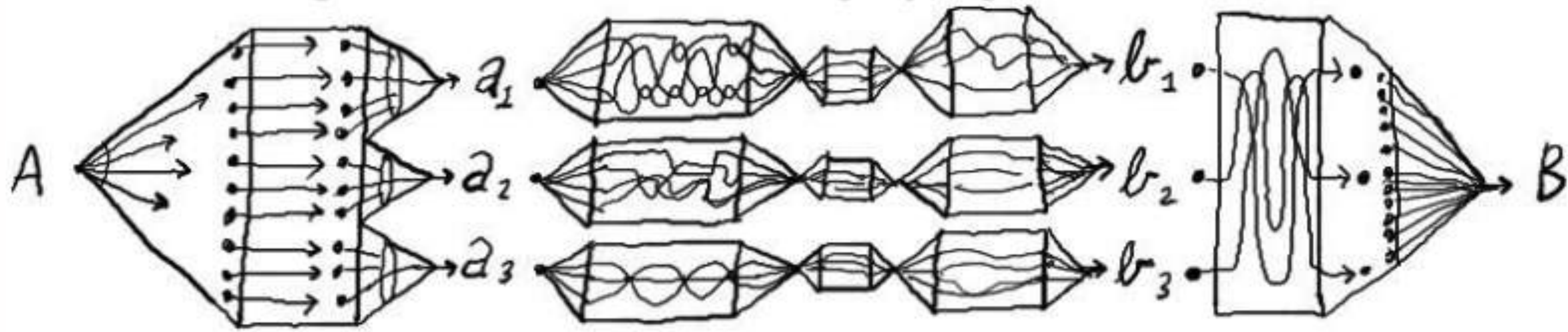
Глубинные интервью

Опросы

Этнография







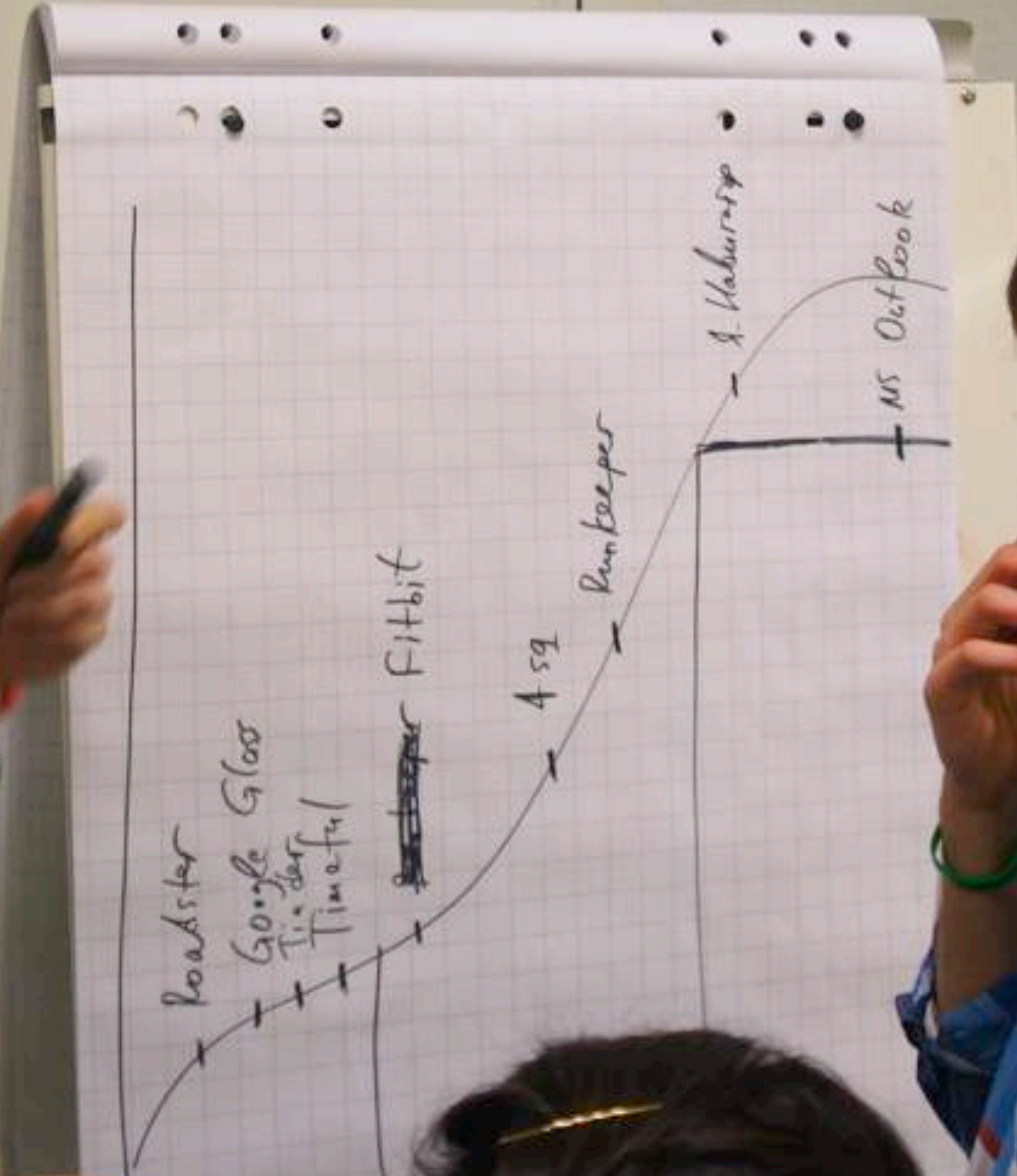


# Процесс моих воркшопов

1. Анализ рынка и выявление трендов
2. Генерация идей и выбор самых интересных
3. Общение с пользователями и выявление точек роста
4. Прототипирование, фидбэк от пользователей



00



① Mapot  
Luna  
Luna

ΠΡΟΤΡΑ  
11:00  
12:00  
8:50-19:30  
17:30 0h  
17:00









# Pain / Gain

- не добегу до финиша
- не успею зарегистрироваться
- опозорюсь на весь фейсбук
- травмируюсь
- медленно пробегу
- не узнаю про забег
- хочу медальку
- запишу в фейсбук, какой я крутой бегун
- поставлю личный рекорд
- докажу себе, что я молодец
- отлично проведу время



















# Самое главное

Нам не хватает хороших идей продуктов

Нужен способ системной генерации идей

Это даст нам более активную интеграцию в цепочке  
«Технологии - Продукты - Пользователи»

Мы сможем сфокусировано воздействовать на проблемы  
пользователей

# Советы





Изучите технологии

| Развивайте эмпатию

| Начинайте не с идеи,  
а с области

# Навыки изобретателя

Эмпатия и проведение качественных исследований

Умение погружаться в предметную область

Креативность и навык конструктивной критики

Владение «моделями мышления»



Спасибо!