

Инновации являются важнейшим фактором роста. Сегодня, более чем когда-либо, компании должны внедрять инновации, чтобы выжить. Но успешные инновации — это очень непростая задача. Авторы — партнеры всемирно известной консалтинговой компании Simon-Kucher & Partners Strategy & Marketing Consultants, мирового лидера в области ценообразования. Георг Таке — ее генеральный директор, а Мадхаван Рамануджам — партнер в Сан-Франциско.

Simon-Kucher — глобальная консалтинговая компания, основанная в 1985 году и насчитывающая 900 профессионалов в 33 офисах по всему миру. Ее специализация — стратегии, маркетинг, ценообразование и продажи.

Эта книга — для руководителей и сотрудников, ответственных за инновации и разработку новых продуктов. С помощью специальных методик она поможет сделать монетизацию инноваций частью ДНК компании. Примеры показывают, как одни из лучших инновационных компаний мира, такие как LinkedIn, Uber, Porsche, Swarovski и крупные фармацевтические предприятия, используют принципы, описанные в этой книге.

«Монетизация инноваций» представляет практический подход, который может быть адаптирован для любой организации и любой отрасли.



Обложку оформили
в Студии Артемия Лебедева

www.ibyblos.ru



ISBN 978-5-905641-37-4



Монетизация инноваций

Мадхаван Рамануджам
Георг Таке



Мадхаван Рамануджам и Георг Таке

Монетизация инноваций

Как успешные компании создают продукт вокруг цены



Филип Котлер: Я поздравляю авторов с первоклассной книгой. Они подчеркивают, как важно начать инновационный проект с маркетинга и ценообразования, прежде чем создавать что-либо. В частности, они объясняют, почему компании должны точно определить целевой рынок и цену, которую клиенты будут готовы платить за инновации.

