

УДК 65.011
ББК 65.290-2
К82

Переводчик Е. Бакушева

Редактор А. Черникова

Кристенсен К.

К82 Закон успешных инноваций: Зачем клиент «нанимает» ваш продукт и как знание об этом помогает новым разработкам / Клейтон Кристенсен, Тедди Холл, Карен Диллон и Дэвид Данкан. — М. : Альпина Пабlishер, 2017. — 268 с.

ISBN 978-5-9614-6473-3

Многие предприниматели помешаны на создании идеальных продуктов и постоянно пытаются их усовершенствовать, чтобы те выгодно отличались от конкурентов. Но все важные изменения, как правило, происходят путем проб и ошибок: добавляется функционал, модифицируется внешний вид, а дальше можно только надеяться, что это сработает. На самом деле инновации могут быть куда более предсказуемыми.

В своей новой книге профессор Гарвардской школы бизнеса и создатель теории подрывных инноваций Клейтон Кристенсен объясняет, как понять, что побуждает покупателей совершать свой выбор. Вы узнаете, как разобратся в задачах клиентов, и сможете точно спрогнозировать успех своих нововведений.

УДК 65.011
ББК 65.290-2

Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу mylib@alpina.ru.

© 2016 by Clayton M. Christensen, Ridgway Harken Hall, Karen Dillon, and David S. Duncan.
Published by arrangement with HarperBusiness, an imprint of HarperCollins Publishers.

© Издание на русском языке, перевод, оформление. ООО «Альпина Пабlishер», 2017

ISBN 978-5-9614-6473-3 (рус.)
ISBN 978-006243561-3 (англ.)

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	9
ЗАЧЕМ НАНИМАТЬ ЭТУ КНИГУ?	9
Совершенствуясь в ошибках	10
На какую работу вы нанимаете данный продукт?	18

Раздел I. Введение в теорию работ

ГЛАВА 1. ДИЛЕММА МОЛОЧНОГО КОКТЕЙЛЯ.....	21
Центральная идея	21
Молочные коктейли по утрам	23
Резюме для маргарина	28
Теория работ и инновации	33
ГЛАВА 2. ИЗМЕНЕНИЯ К ЛУЧШЕМУ, А НЕ ПРОДУКТЫ.....	39
Центральная идея	39
Как думать, а не что думать.....	44
Определение понятия «работа».....	46
Что такое работа?	48
Что не является работой.....	48
Просмотрим работу?	51
Смена конкурентного ландшафта.....	55
Ограничения теории работ	59
Коперниковская революция.....	61

ГЛАВА 3. РАБОТЫ В РЕАЛЬНОЙ ЖИЗНИ	65
Центральная идея	65
Конкуренция ни с чем	69
Диапазон применимости	75
Работы в мире B2B	76
Половина функциональности за двойную цену	80
«Теперь ты наш»	82

Раздел II. Тяжелый труд и награда за применение теории работ

ГЛАВА 4. ОБНАРУЖЕНИЕ РАБОТ	87
Центральная идея	87
Где скрываются работы?	91
1. Поиск работы близко к дому	93
2. Конкуренция ни с чем	95
3. Обходные варианты	98
4. Обращайте внимание на то, что люди не хотят делать	100
5. Необычные способы использования	101
Эмоциональное сопровождение	103
В безумии сокрыта логика	109
ГЛАВА 5. КАК УСЛЫШАТЬ ТО, ЧТО КЛИЕНТЫ НЕ ГОВОРЯТ	113
Центральная идея	113
Воссоздание историй потребителей	122
Матрасный опросник	124
Импульсивная покупка — которая таковой не была	126
Ибупрофен, Red Bull или новый матрас?	135
«И вдруг перед вами открывается путь...»	137
ГЛАВА 6. СОСТАВЛЕНИЕ РЕЗЮМЕ	141
Центральная идея	141
Расшифровка сложности	145

Впечатления и высокие цены.....	146
Устранение препятствий.....	150
Впечатления от Uber	155
Как я узнаю, что вы подходите для работы?.....	157
Целевой бренд.....	160

Раздел III. Необходимые для выполнения работы компании

ГЛАВА 7. ИНТЕГРАЦИЯ ВОКРУГ РАБОТЫ	169
Центральная идея.....	169
Секретный соус.....	172
Организация вокруг работы.....	176
Что измеряется, то осуществляется.....	180
Наем OnStar для душевного спокойствия.....	184
ГЛАВА 8. КАК НЕ УПУСТИТЬ ИЗ ВИДУ РАБОТУ	197
Центральная идея.....	197
Три заблуждения о данных, связанных с инновациями.....	201
Источник данных порождает проблему	210
Пассивные данные нуждаются в активном управлении.....	213
ГЛАВА 9. КОМПАНИЯ, СКОНЦЕНТРИРОВАННАЯ НА РАБОТЕ	217
Центральная идея.....	217
Интуитивный сценарий.....	222
Двусторонний компас	224
Оценивать то, что имеет значение.....	228
Работы меняют все.....	230
Не выпадая из контекста.....	236
ГЛАВА 10. ПОСЛЕДНИЕ НАБЛЮДЕНИЯ О ТЕОРИИ РАБОТ	241
Центральная идея.....	241
Можно ли считать теорию работ теорией?	241
Когда теория ошибается	243

Границы теории	244
Глубина и широта применимости теории	247
Чем теория может вам помочь	252
БЛАГОДАРНОСТИ	253
От Клейтона Кристенсена	253
От Тедди Холла	259
От Карен Диллон	261
От Дэвида Данкана	264
ОБ АВТОРАХ	267