

Барьеры потребления

Тип ограничения	Описание	Примеры	Метод определения
Навыки	Компетенция, необходимая для решения проблемы; потребитель не может сделать это самостоятельно	Фотография в конце XIX в. Компьютеры в 1970-х гг.	Составьте схему цепочки потребления данного товара или услуги. Определите производителей, находящихся «за пределами» рынка из-за отсутствия ключевого навыка
Финансовое положение	Имеющиеся предложения стоят дорого, из-за чего потребление ограничивается только богатыми клиентами	Авиапутешествия до 1970-х гг. Реклама до создания дешевой, простой контекстной рекламы (как AdWords, предложенная Google)	Создайте «пирамиду потребления». Проверьте, не имеют ли нижние ярусы пирамиды нерешенные проблемы из-за того, что решения, потребляемые на верхних ярусах, слишком дорогие
Доступ	Потребление может происходить только в определенном месте, или доступен ограниченный выбор предложений	Телефония до появления мобильных телефонов Кино «не для всех» до создания Netflix и сервиса «видео на заказ»	Проведите анализ случаев, когда существующая продукция недоступна для потребителей. Проанализируйте, не являются ли какие-то предложения рынка «блокированными» и недоступными
Время	Потребление требует слишком много времени	Покупка и продажа предметов коллекционирования до создания eBay. Видеоигры до создания Nintendo Wii	Проведите анализ «выбывших», тех, кто являлся потребителем раньше, но перестал быть таковым, чтобы определить, насколько недостаток времени повлиял на это решение. Проанализируйте, как изменяется время, необходимое для пользования этими продуктами

Источник: Руководство инноватора: Как выйти на новых потребителей за счёт упрощения и удешевления продукта/ С. Энтони, М. Джонсон, Д. Синфилд, Э. Олтман; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблицерз: Издательство Юрайт, 2011. – 346 с.