

Тип инновации	В чем заключается	Эффект
Модуляция	<b>Усиление или ослабление какого-либо основного качества продукта (услуги)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Расширение целевого рынка</li><li>• Возможность лучшего охвата конкретных сегментов</li></ul>
Количество	Варьирование объема, количества или частоты	<ul style="list-style-type: none"><li>• Расширение целевого рынка</li><li>• Расширение спектра ситуаций использования продукта</li></ul>
Упаковка	Варьирование типа контейнера или способа упаковки	<ul style="list-style-type: none"><li>• Расширение целевого рынка</li><li>• Расширение спектра ситуаций использования продукта</li></ul>
Дизайн	Модификация оформления в соответствии с разными стилями жизни	<ul style="list-style-type: none"><li>• Расширение целевого рынка</li><li>• Дифференциация по стилю</li></ul>
Дополнения (добавки)	Добавление сопутствующих компонентов или услуг	<ul style="list-style-type: none"><li>• Возможность лучшего охвата конкретных сегментов или ниш</li><li>• Расширение спектра продукции</li></ul>
Сокращение усилий (затрат)	Сокращение необходимых усилий, связанных с покупкой	<ul style="list-style-type: none"><li>• Превращение потенциальных покупателей в реальных</li><li>• Максимально широкое распространение продукта или услуги</li></ul>

Все перечисленные инновации обладают одним общим свойством:

Они представляют собой постоянное варьирование основного товара или услуги без попыток изменить его (ее) сущность и не могут выйти за рамки заранее определенной категории, поскольку исходят из представления о фиксированном рынке.

Ф. Котлер, Ф.Т. Де Бес Латеральный маркетинг, ООО «Альпина Паблишерз», 2010, с.58



Ссылки:

Латеральный маркетинг по Ф. Котлеру

**ПРОЕКТ "ОТ ИДЕИ И ДО..."**  
**ПРАВИЛЬНЫЕ ЗНАНИЯ**  
**KALASHNIKOVANDREY.RU**