



Господа, добрый день.

Все эти годы в турнире по бизнес-кейсам мы предлагали Вам решить задачи, сугубо прикладные и направленные на оптимизацию работы компании ООО «ЛЛК-Интернешнл». Рассматривая Вас, как бизнес-консультантов, мы обсуждали интересные идеи и предложения по решению насущных проблем нашего бизнеса, и Ваш уровень компетенции в конкретных заданиях порой был действительно очень высок.

В этом году мы пересмотрели подход к финальному этапу турнира и решили дать Вам больше свободы. Гораздо больше свободы. Огромный простор для творчества и креатива. Абсолютно очевидно, что Ваш «незамасленный» взгляд (в прямом и переносном смысле) позволит увидеть то, о чем никто из людей, уже работающих в масляной отрасли, даже не догадывается. И абсолютно не важно, какой у Вас background или сфера применения полученных знаний. Полотно огромное, а кисти и краски уже в Ваших руках, если Вы читаете это письмо.

Как Вы знаете, ситуацию на любом рынке, и неважно какой это бизнес, можно охарактеризовать такими параметрами как, сложность входа на рынок нового игрока, сложность замены существующего поставщика услуг, способность диктовать условия клиентами или производителями компонентов продукции. Анализируя каждый из этих факторов, можно довольно точно судить о том, насколько маржинальна отрасль, насколько она привлекательна для инвесторов, какие имеются потенциалы роста. Однако, помимо важности роста ключевых показателей, приоритетным направлением деятельности любой современной компании является разработка новых товаров и услуг, другими словами готовность инвестировать средства в инновации, которые в будущем изменят правила игры в конкретно взятой отрасли.

Мы бы хотели предложить Вам попробовать свои силы, применить креатив и нестандартное мышление в области инноваций. Всё просто – задача предложить одну или несколько идей, которые в случае реализации могли бы развить/улучшить/оптимизировать бизнес смазочных материалов группы «ЛУКОЙЛ». У нас в компании есть своя команда, которая занимается инновационными проектами, и мы бы хотели видеть лучших из вас в своих рядах. В качестве примера приводим 3 наглядных и уже реализуемых практики внедрения инновации:

1. Например, гигант IT-индустрии Apple. В течение последних 15 лет Apple выпускала новые линейки продуктов с промежутком в три года. В 1998 году это был первый iMac, в 2001 — iPod, в 2004 — MacBook, в 2007 — iPhone, в 2010 — iPad. После 2010 – только обновления прошивок и дизайна уже существующих продуктов. Совет директоров компании был действительно обеспокоен застоем в развитии последних лет и требовал от Тима Кука ускорить инновационный процесс. В результате, 2014 были представлены Apple Watch. Кстати, сомнительная инновация, учитывая, что рынок умных часов уже существовал к тому времени. Тем не менее это новый рынок для компании, на котором Apple Watch стремительно наращивает долю за счёт того, что все остальные решения не настолько хороши, не настолько адаптированы под пользователя.
2. Другим ярким примером, который уже несколько ближе к нашей отрасли – проект Renault MOBILIZ. Это первая социально-коммерческая инициатива, призванная помочь стать автономными и мобильными людям с низкими доходами. Программа направлена на выработку соответствующих решений и подразумевает сотрудничество с кафедрой «Социальные предприятия и бедность» парижской бизнес-школы HEC Paris. Цель — помочь справиться с бедностью и расширить свои социальные возможности более чем 8 млн французов путем предоставления таких услуг, как диагностика индивидуальных потребностей в передвижении, а также адаптированные к ним решения, такие как совместное пользование автомобилями, аренда авто за всего €5 в день и т.п. Автовладельцы с низкими доходами получают возможность недорого отремонтировать свои

транспортные средства в участвующих в инициативе партнерских мастерских Renault — так называемых «Социально ответственных гаражах Renault».

3. В масляной индустрии последним примером инновации можно назвать технологию Castrol Nexcel – разновидность системы смазки «сухой картер», применяемая в основном на гоночных автомобилях, где обычная система смазки («мокрый картер») не подходит. Заявленные преимущества технологии - бесперебойная подача масла с постоянным давлением, незначительное снижение расхода топлива, увеличение срока службы масла и быстрая его замена, отсутствие протечек отработанного масла, экологичность. Однако, очевидно, что на сегодняшний день технология Nexcel является исключительно маркетинговым ходом, так как имеет ряд значительных недостатков - невозможность сделать один унифицированный масляный бак для разных типов двигателей разных автопроизводителей; необходимость для масляной компании производить масляный бак, иметь возможность перерабатывать отработанные масла, иметь дополнительный штат для обслуживания; значительное удорожание конструкции. Однако в долгосрочной перспективе технология может оказаться востребованной, т.к. она позволяет увеличивать интервал замены масла и значительно ускорить этот процесс. Более того, данная технология может быть использована в качестве PR-кампании (наиболее экологичный способ замены масла, снижение выбросов CO₂), получение дополнительной прибыли в массовом сегменте маловероятно.

Хотелось бы пожелать Вам, чтобы неиссякаемый фонтан креатива вдохновлял вас на великие дела, которые изменят Вашу карьеру и, главное, улучшат жизнь многих людей вокруг Вас. Удачи!