

# Как рождаются и реализуются идеи?

Ларионов Дмитрий

ЗАО «Искрателеком», торговая марка Seven sky



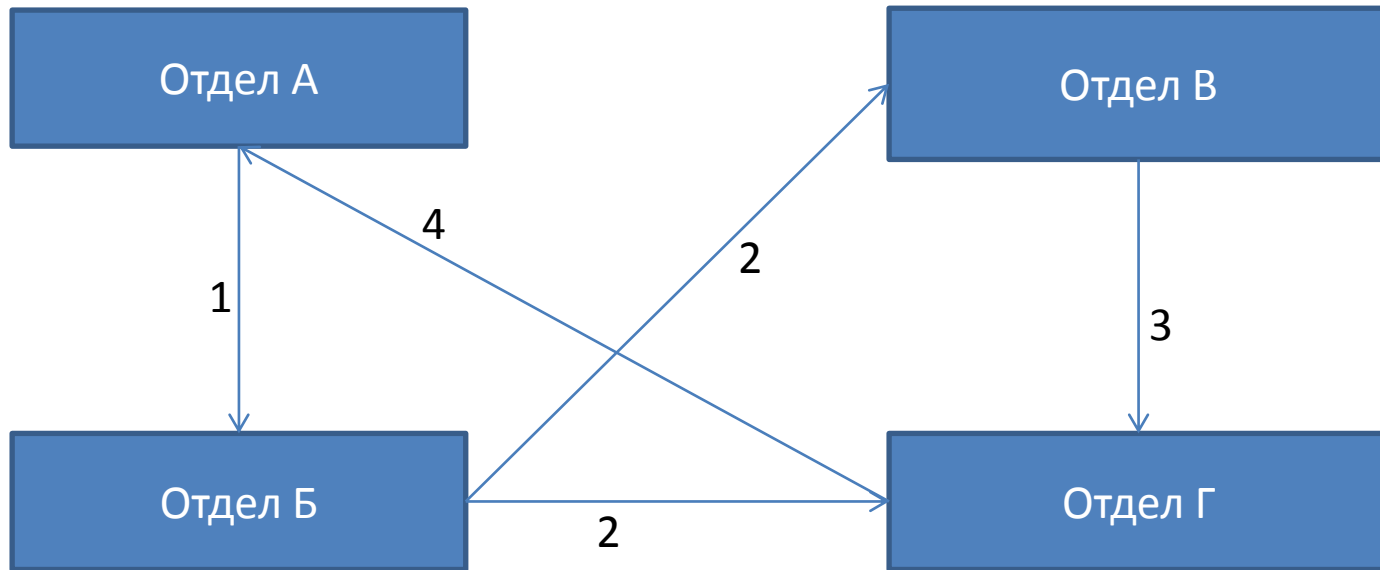
Времени мало

Планы большие

Денег мало



# Как рисовались первые схемы



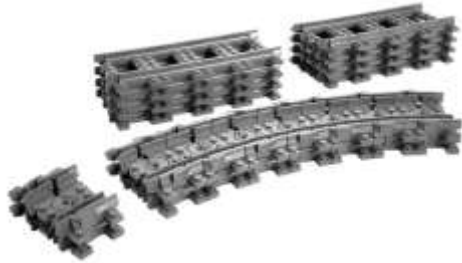
Пояснения.. пояснения.. пояснения..

Стрелочка отражает скорее **кто-кому-что** передает, а не process flow.  
Это было похоже на образ мышления наших начальников отделов.

# Самое важное вначале

1. Мощный и простой конструктор (купить!!)

---



2. Базовое внедрение (заказать!!)

---



3. Обучение (пройти!!)

---

# От запуска до перезапуска

1. Запустили то, что получилось
2. Вытащили запросы по усилению требований к заполнению полей
3. Спроектировали «наши идеальные» поля и объекты
4. Сделали изменения, возможные в текущей структуре
5. Сделали новую структуру объектов
6. Нарисовали и согласовали с рук. служб бизнес-процессы в BPMN
7. Опустили разработку инструкций на уровень служб
8. Запустили измененную систему

# Проверено -

## Решение было правильным!

- За 3 недели мы сделали приложение для кассы!  
Оказалось критически важно, сразу после старта системы
- За 3 года мы внесли тысячи изменений!  
Мы переделали всё под себя.  
Аутсорсинг доработок обошелся бы min в 1/4 млн. \$
- После поглощения, наше решение развернуто на всю объединенную компанию!  
У нас 90% охват своих подразделений + подрядчики

# Идеальные условия внедрения



Бизнес – пользователи испытывают энтузиазм:  
Они – позитивны, конструктивны, открыты.  
Они действительно хотят, чтоб «программа помогла»!

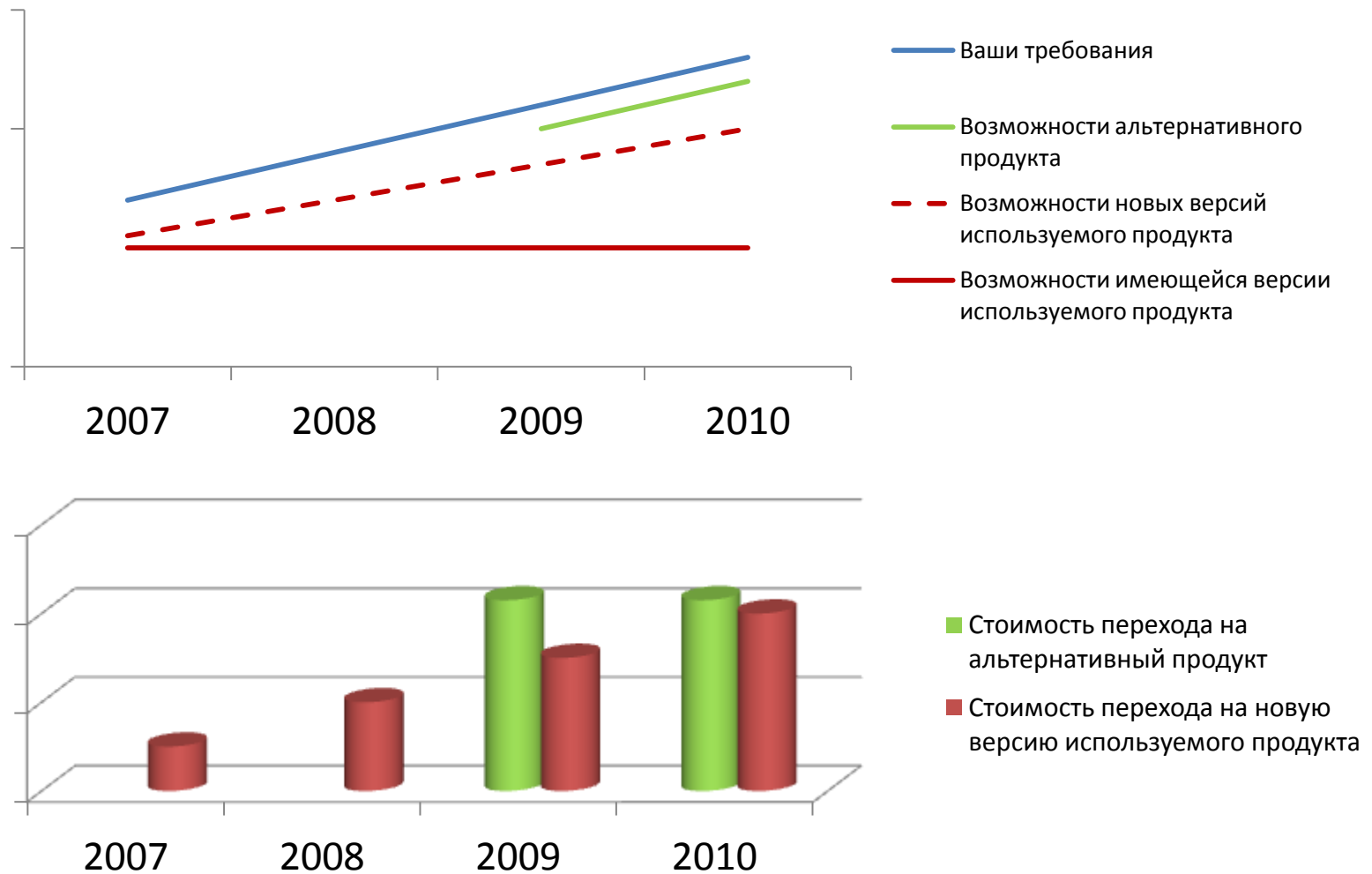


Руководитель внедрения ориентирован на высокую цель -  
«автоматизация как в ИКЕА», например.  
Бизнес как бы говорит – хочу все по полочкам.



Топ- менеджмент готов рассматривать  
не только «безопасные» решения и принимать некоторый риск.

# Переход на альтернативный продукт (модель 1 – высокая толерантность к риску)



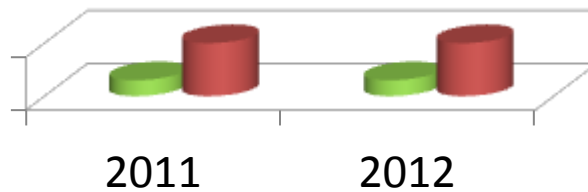
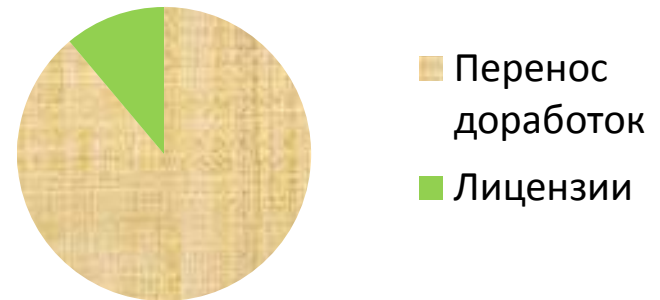


# Переход на альтернативный продукт (модель 1 – высокая толерантность к риску)

## Структура стоимости обновления



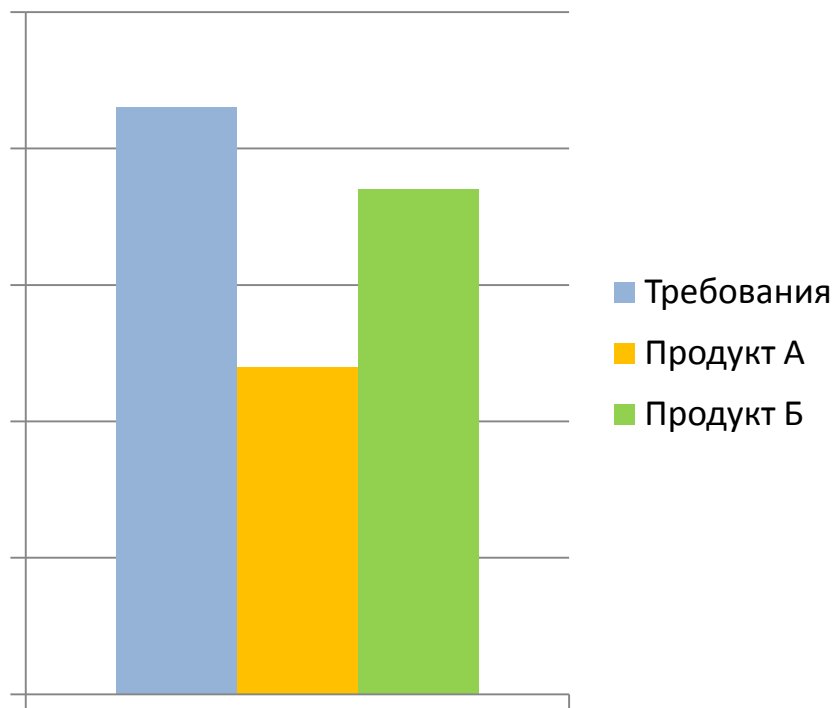
## Структура стоимости перехода



- Стоимость поддержания актуальности 1
- Стоимость поддержания актуальности 2

Если основную стоимость обновления составляют не лицензии –  
нужно рассматривать альтернативы!

# Выбор из 2-х альтернатив (модель 2 – низкая толерантность к риску)



Функциональность решения



Безопасность\* решения

- \* {
- наличие больших внедрений
  - «промышленные» технологии – никаких ноу-хау, тем более «в X раз дешевле»
  - реакция вендора в продажах
  - сертификация, что-либо ещё..

# От перехода до перехода

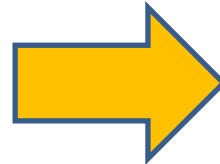
1. Закрыли область гибким решением
2. Реализовали всё, что хотели
3. Осознали свои потребности
4. Попросили тоже самое у большого вендора

Легче просить чего-то известного, чем нового!

# Путь инноваций на первый взгляд



Нуждаются в инновациях для получения преимуществ



Ждут, когда инновации обретут безопасную форму

# Роль вендора с позиций рынка

Маленький



Дать **преимущества** развивающимся игрокам

Большой



Придать **безопасную форму** инновациям

IPoE с DHCP option 82,  
где биллинг обслуживает по DHCP  
и управляет шлюзом

IPoE через SSG/ISG,  
где биллинг обслуживает по RADIUS

Промо акции на скриптах

Промо акции на логике  
тарифных элементов

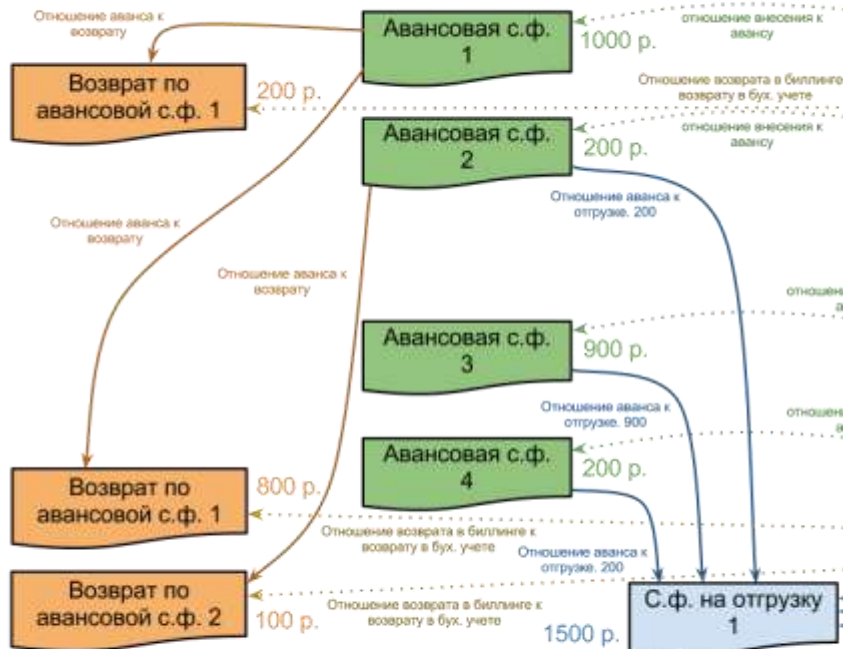
BPMS «всё в одном»,  
с минимальными затратами на старт

BPMS с разделением ядра исполнения,  
человеческих интерфейсов,  
с максимальной реализацией стандартов

# Кейс: бух. первичка

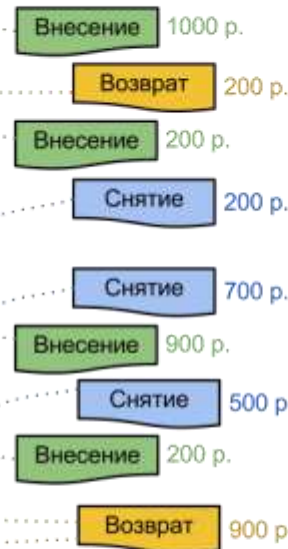
Объекты учета

Баланс = 0



Объекты операций

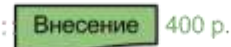
Операции биллинга



- ← Внесение платежа 1 на 1000
- Минусовка 200 рублей - исправление ошибки при внесении платежа 1 (ввели неверную сумму)
- ← Внесение платежа 2 на 200
- Списание за разовую услугу X на 200
- Списание абон.платы 700
- ← Внесение платежа 3 на 900
- Списание за вызов инженера 500
- ← Перенос 200 с другого договора
- ← Перенос 900 рублей на другой договор - платеж 3 отправлял др. абонент



Баланс = -200



- ← Внесение платежа 400

# О себе

Блог: [www.larionov.pro](http://www.larionov.pro)

Услуги: [www.dataarms.ru](http://www.dataarms.ru)

+7 (916) 553-88-54

[dmlarionov@gmail.com](mailto:dmlarionov@gmail.com)

