



ЦЕНТР МИКРОФИНАНСИРОВАНИЯ

по Центральной и Восточной Европе и Странам СНГ

РАЗРАБОТКА МИКРОФИНАНСОВЫХ ПРОДУКТОВ

Описание курса

Микрофинансовый сектор является одним из немногих секторов в мире, которые прежде всего занимаются производством, чем развитием рынка. В связи с растущим сознанием расходов, связанных с большим количеством ухода клиентов, и их влиянием на достижение самоокупаемости, возникло осознание того, что надо создавать продукты, которые отвечают нуждам клиентов. Возрастающее количество конкурентов на многих рынках также подчеркивает необходимость создания подхода, ориентированного на рынок. Нет сомнений, что микрофинансовая индустрия будет следовать направлениям, существующим в коммерческом мире. А МФО, которые не смогут удовлетворить потребности клиентов, обречены на неудачу. Многие МФО ищут новые способы разработки продуктов в ответ на нужды клиентов. Однако, они часто не понимают, насколько **сложно** и **дорого разработать новые продукты**¹.

Учебный курс «Разработка микрофинансовых продуктов» - это последний курс CGAP, являющийся дополнением к учебному курсу «Оценка клиентов микрофинансовых организаций», который уже проводился МФЦ в этом году, и содержит систематический подход и инструменты для планирования, определения стоимости и внедрения новых или усовершенствованных кредитных и сберегательных продуктов. Отвечающих потребностям клиентов. Курс поможет руководителям МФО понять, как можно последовательно разработать или усовершенствовать продукт путем интеграции данных рыночных исследований, адекватного определения себестоимости нового продукта и назначения цены на него (путем применения инструмента ABC - Activity Based Costing, или определения себестоимости через расчет стоимости операционных процессов), описания продукта четким, лаконичным языком клиентов, использования пилотного тестирования и планирования внедрения продукта. Кроме того, на курсе рассматриваются такие жизненно важные для МФО вопросы, как организационная стратегия, финансовая жизнеспособность, организационная структура, человеческие ресурсы и системы – то есть все те критические факторы, которые организации необходимо принять во внимание перед тем, как начинать разработку продукта.

Этот четырехдневный семинар будет полезен не только для руководителей МФО и сотрудников, занимающихся разработкой продукта, но также и для членов Правления МФО. Успешная разработка продукта требует полного понимания и желания от Правления, менеджеров и всех сотрудников, занятых в этом деле. Представление процесса разработки продукта и введение в программу занятий, посвященных оценке рынка и инструментам определения себестоимости, позволит участникам вернуться в их организации зная, **какой** подход является самым лучшим для их МФО, и **как** его можно успешно осуществить.

¹ Graham A.N. Wright, Monica Brand, Zan Northrip, Monique Cohen, Michael McCord and Brigit Helms

Последовательность представления программы курса следует циклу разработки продукта и основана на изучении примера МФО (case study). Это дает участникам возможность пройти через весь процесс разработки продукта, научиться на опыте учебной организации «УНИбанк», а затем воспроизвести данный процесс в их МФО. На семинаре используются интерактивные методики и современные приемы обучения взрослых, которые делают его одновременно более эффективным и интересным.

В течение 4 дней учебного курса будут освещены следующие темы:

- **Введение в разработку продукта**
- **Что такое разработка продукта**
- **Общее представление о разработке продукта**
- **Исследование рынка и разработка продукта**
- **Разработка прототипа продукта**
- **Определение себестоимости**
- **Ценообразование**
- **Тестирование прототипов**
- **Внедрение продукта**