



Центр  
корпоративных инноваций  
и продуктового развития  
«Акселератора ФРИИ»

Апрель 2026

# Исследование продуктовых компетенций в крупных корпорациях

Ежегодный отчет «Акселератора ФРИИ»

## РАЗВИВАЕМ ВНУТРЕННИЕ ПРОДУКТЫ И СОТРУДНИКОВ КОРПОРАЦИЙ БОЛЕЕ 8 ЛЕТ

# 90+

программ по развитию внутренних продуктов и сотрудников реализовали в корпорациях

# 4000+

сотрудников корпораций прошли наши программы развития

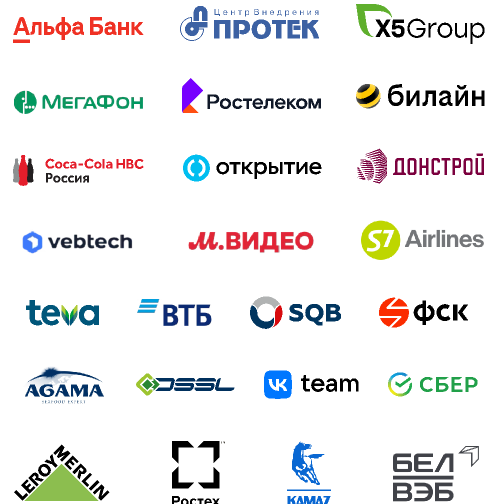
# 38+

корпораций стали нашими клиентами в рамках диагностики продуктовых компетенций

# 9500+

провели диагностик продуктовых компетенций сотрудников

## НАШИ КЛИЕНТЫ:





Центр  
корпоративных инноваций  
и продуктового развития  
«Акселератора ФРИИ»

Почему значительная часть продуктов,  
выведенных на рынок, неуспешна,  
и при чем здесь компетенции сотрудников

## ВЫСОКАЯ СКОРОСТЬ ВЫВОДА ПРОДУКТОВ НА РЫНОК – НОВАЯ НОРМА...

1/3

российских компаний еженедельно запускают новые продукты

32%

разрабатывают до 100 сервисов одновременно

91%

владельцев продуктов прорабатывают до 4 продуктов одновременно

## ...СО «СТАРЫМИ ГРАБЛЯМИ»

53%

продуктовых инициатив не достигают заявленных целей

46%

компаний одним из барьеров роста отмечают нехватку продуктовой экспертизы

23%

компаний формализовали треки развития продуктовых специалистов

\* Источники: данные РБК, Softline, Tadviser, ФРИИ



Центр  
корпоративных инноваций  
и продуктового развития  
«Акселератора ФРИИ»

Вот почему каждый год мы проводим  
исследование продуктовых компетенций

# КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

## ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Определить уровень развития продуктовой экспертизы и дефицитные компетенции в крупных корпорациях

### Сегменты рынка, попавшие в исследование:

- Банки
- ИТ
- Промышленность
- Телеком

### Роли оценки:

- менеджеры продуктов
- владельцы продуктов
- руководители продуктовых команд
- другие продуктовые специальности

### Инструменты оценки:

- закрытое тестирование
- решение бизнес-кейса
- экспертное интервью

### Выборка:

- Проведено более 1000 оценок за 2025 год

## EXECUTIVE SUMMARY

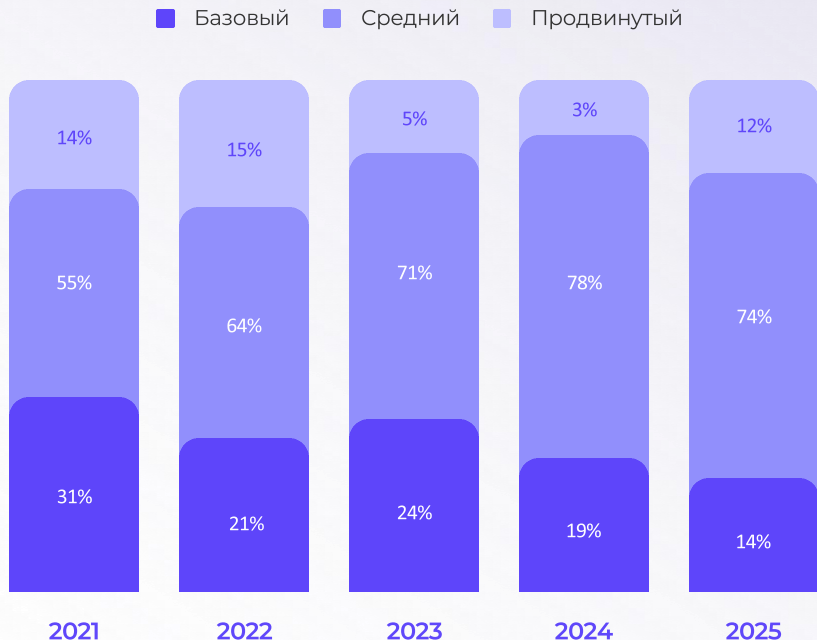
- Рынок продуктовой экспертизы «взрослеет», но поляризуется. Доля базовой экспертизы за пять лет сократилась вдвое, продвинутой — постепенно восстанавливается. Однако разрыв между сегментами ощутим: Промышленность и ИТ показывают хороший прирост в уровне экспертизы, Банки и Телеком — пока в начале этой траектории развития.
- Discovery — системная слабость всего рынка. Ни один сегмент не достигает нормы по ключевым компетенциям обнаружения потребностей. Следствие — перегруженные бэклоги, потраченные ресурсы и невостребованные продукты. Customer Journey Map во многих сегментах отсутствует как отдельно выделенная практика.
- Средний уровень экспертизы доминирует, но не закрывает главный разрыв в компетенциях Discovery. 74% рынка — специалисты со средним уровнем экспертизы. Они умеют исполнять и приоритизировать, но не достаточно владеют инструментами работы с клиентами. И рост доли интегрированных в работу продуктовых специалистов ИИ-инструментов эту проблему не решит.
- Телеком — единственный сегмент, где одновременно наблюдается и низкий уровень экспертизы, и зрелость продуктовых навыков. Чтобы приблизиться к среднерыночному уровню отрасли, вероятно, потребуется пересмотр самой продуктовой модели.
- Рост экспертизы ≠ рост компетенций. Инвестиции в развитие должны быть адресными: повышение уровня и закрытие конкретных пробелов — разные задачи с использованием разных инструментов.



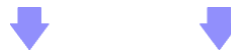
Центр  
корпоративных инноваций  
и продуктового развития  
«Акселератора ФРИИ»

Уровень владения продуктовой экспертизой

## ПРОДУКТОВАЯ ЭКСПЕРТИЗА: РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО РЫНКУ



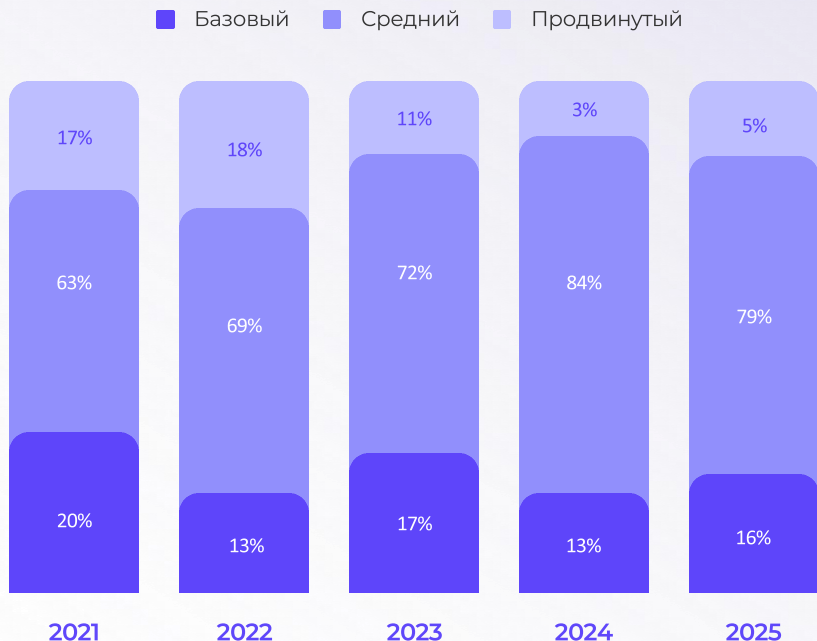
- Доля экспертизы среднего уровня выросла с 55% до максимальных 78% в 2024 году, стабилизировавшись на 74% к 2025-му.
- При этом падение доли продвинутого уровня экспертизы до критических 3% в 2024 году сменилось возвращением к 12% в 2025 г. Но пока рано говорить о полном восстановлении до уровня 2022 г.
- Доля экспертизы базового уровня сократилась более чем вдвое — с 31% в 2021 году до 14% в 2025 году.



**Рынок адаптируется к дефициту кадров - качественный перевод экспертизы среднего уровня на ступень выше с одновременной элиминацией базового сегмента могут говорить:**

- о доминировании внутреннего развития в корпорациях над внешним
- о повсеместной интеграции ИИ-инструментов в работу с продуктами

## БАНКИ: РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОДУКТОВОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ



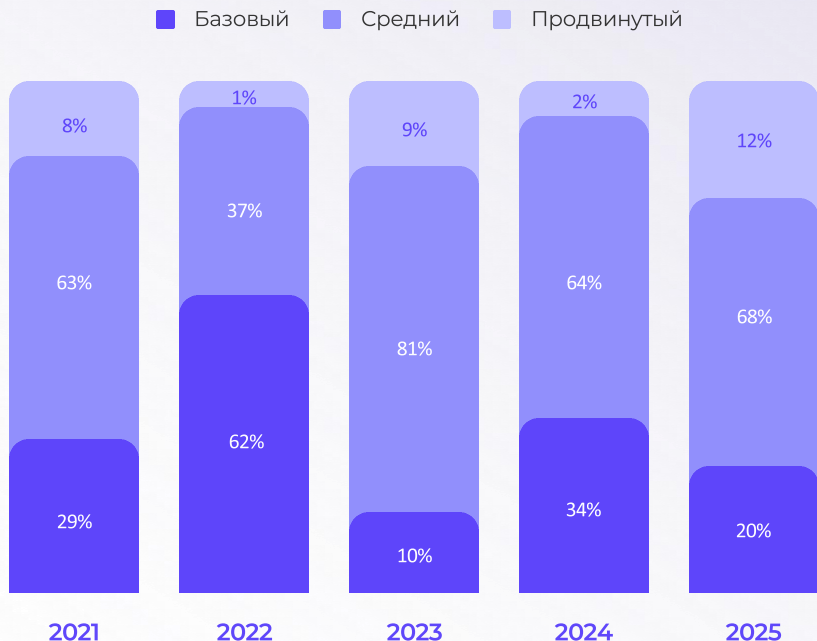
- Доля экспертизы продвинутого уровня (18%) с 2022 г. упала до исторического минимума в 3% в 2024 году, с небольшим восстановлением до 5% в 2025-м. Это ощутимо ниже среднерыночного уровня.
- К 2025 году доля экспертизы среднего уровня в банках достигла уровня 79% после роста и незначительных флуктуаций прошлых лет.
- Банки показывают более волнообразный уровень экспертизы базового уровня, чем рынок в целом, где идет плавное сокращение ее доли.



Забюрократизированность и стандартизированность процессов могут влиять на отток экспертизы продвинутого уровня.

В условиях оптимизации расходов и курса на операционную эффективность, наличие большей доли экспертизы среднего уровня может быть экономически оправдано, хотя и несет определенные риски для инноваций.

## ИТ: РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОДУКТОВОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ



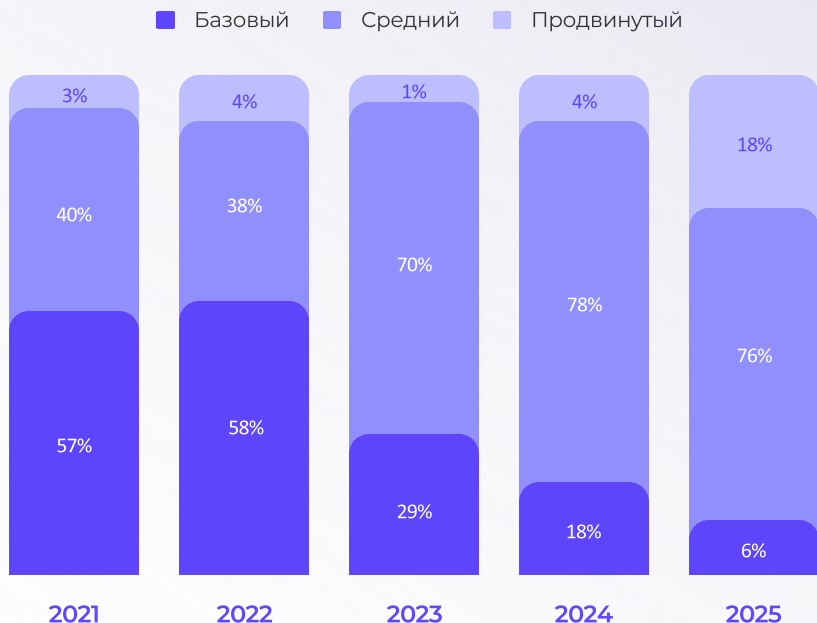
- ИТ - наиболее «волатильный» сегмент рынка: скачок базовой экспертизы до 62% вкпе с кардинальной элиминацией продвинутого уровня до 1% в 2022 году сменились постепенной стабилизацией в течение 2023-2024 гг.
- К 2025 году структура распределения экспертизы базового – среднего – продвинутого уровней выглядит наиболее сбалансированной: 20% - 68% - 12% и приближается к среднерыночной.



**Приток экспертизы продвинутого уровня в данный сегмент рынка может быть обусловлен:**

- гибкостью процессов и продуктовой культурой
- возможностями для тестирования гипотез
- меньшими бюджетными ограничениями
- усложнением архитектуры продуктов
- необходимостью внедрения LLM-моделей в инфраструктуру

## ПРОМЫШЛЕННОСТЬ: РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОДУКТОВОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ



- Инерционная модель «учебного комбината» 2021-2022 гг. – много базовой экспертизы при минимуме продвинутой (всего 3-4%) – сменилась структурным сломом 2023–2024 гг. Доля экспертизы среднего уровня стала близка к среднерыночным показателям (78%) при падении доли базовой в 3 раза.
- К 2025 г. доля продвинутой экспертизы показала рекордный рост до 18%, что превышает показатели 2021 года в 6 раз.

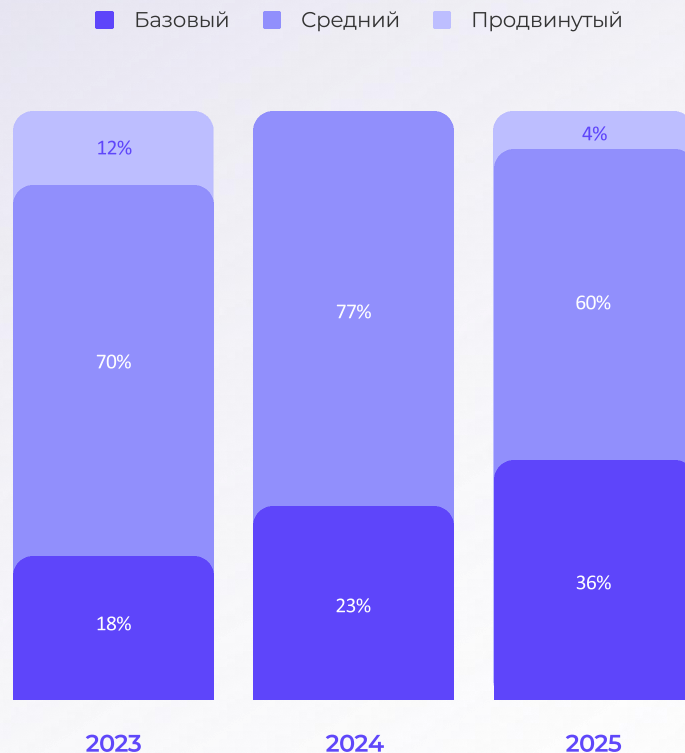


### Это может быть:

- ответом отрасли на запрос на создание собственных сложных технологий (где экспертизы среднего уровня уже не хватает)
- свидетельством качественной работы по развитию экспертизы внутри корпораций

## ТЕЛЕКОМ: РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОДУКТОВОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ

- Элиминация слоя продвинутой экспертизы (0%) в 2024 году – самый драматичный момент на графике. Вкупе с самой большой долей экспертизы среднего уровня (77%) может свидетельствовать о смене продуктовой стратегии, когда топовая экспертиза «растворилась» в менеджменте.
- Телеком — единственный сегмент в 2025 году, где доля базовой экспертизы выросла вдвое за два года.
- Мы также видим «размывание» экспертизы среднего уровня (60% в 2025 г. vs. 77% в 2024 г.). Этот отток может быть связан с более гибкими условиями в других сегментах рынка и одновременно с низким порогом входа в профессию продуктового специалиста в телеком-отрасли.



## УРОВЕНЬ ВЛАДЕНИЯ ПРОДУКТОВОЙ ЭКСПЕРТИЗОЙ: ВЫВОДЫ

- Промышленность к 2025 году становится сегментом с самой высокой долей экспертизы продвинутого уровня (18%), тогда как Телеком идет в обратную сторону, становясь «кузницей кадров» с аномально высокой (по сравнению с рынком) долей базовой экспертизы (36%).
- Сегменты ИТ (несмотря на волатильность прошлых лет) и Банки выглядят наиболее стабильными по распределению экспертизы 2025 г. В них доля экспертизы среднего уровня (60-70%) является основным несущим каркасом.
- К 2025 году мы видим восстановление / рост уровня экспертизы продвинутого уровня во всех сегментах, но с большим разрывом: от 4% в Телеком-сегменте до 18% в Промышленности.
- Мы наблюдаем поляризацию уровней продуктовой экспертизы по сегментам: не только разные темпы, но и разные траектории роста. Для каждого из рыночных направлений это означает необходимость кастомизации решений в рамках найма, обучения и продуктовой стратегии.



Центр  
корпоративных инноваций  
и продуктового развития  
«Акселератора ФРИИ»

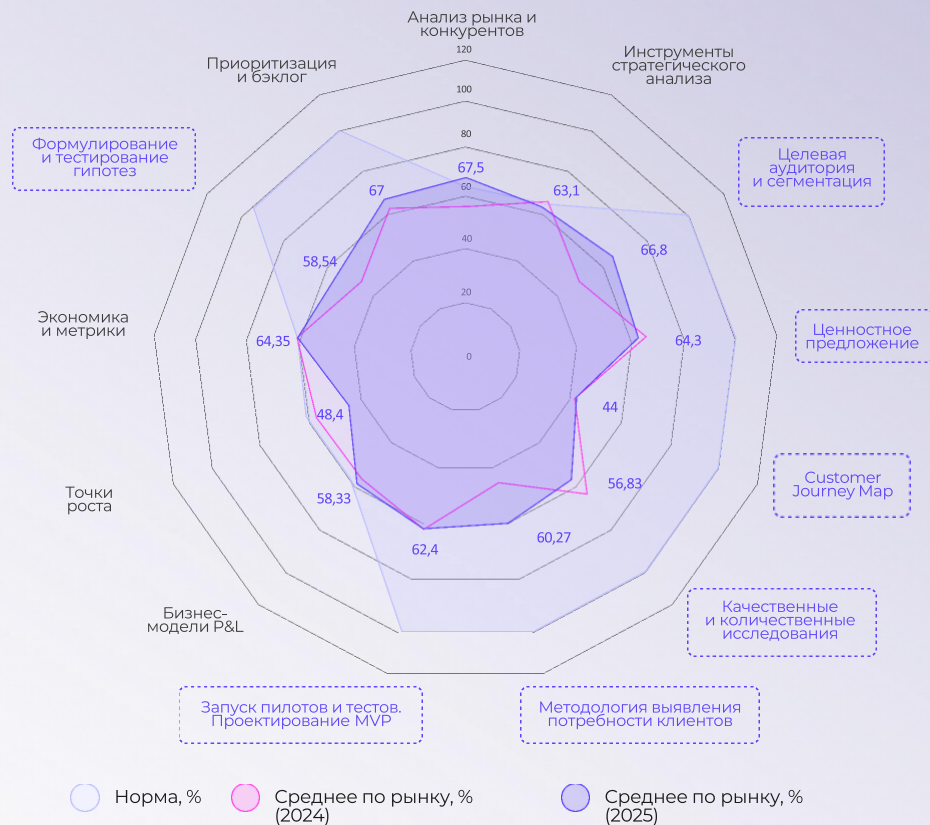
# Дефицитные продуктовые компетенции 2025

## ДЕФИЦИТНЫЕ ПРОДУКТОВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ: РЫНОК

По большинству компетенций 2025-й год показывает улучшение относительно 2024-го.

Компетенции области DISCOVERY (кроме «Анализа рынка и конкурентов» и «Инструментов стратегического анализа») проседают больше всего по сравнению с нормой.

«CJM» (44%) — абсолютный антилидер по всей модели, и именно эта компетенция отвечает за понимание реального пользовательского пути.

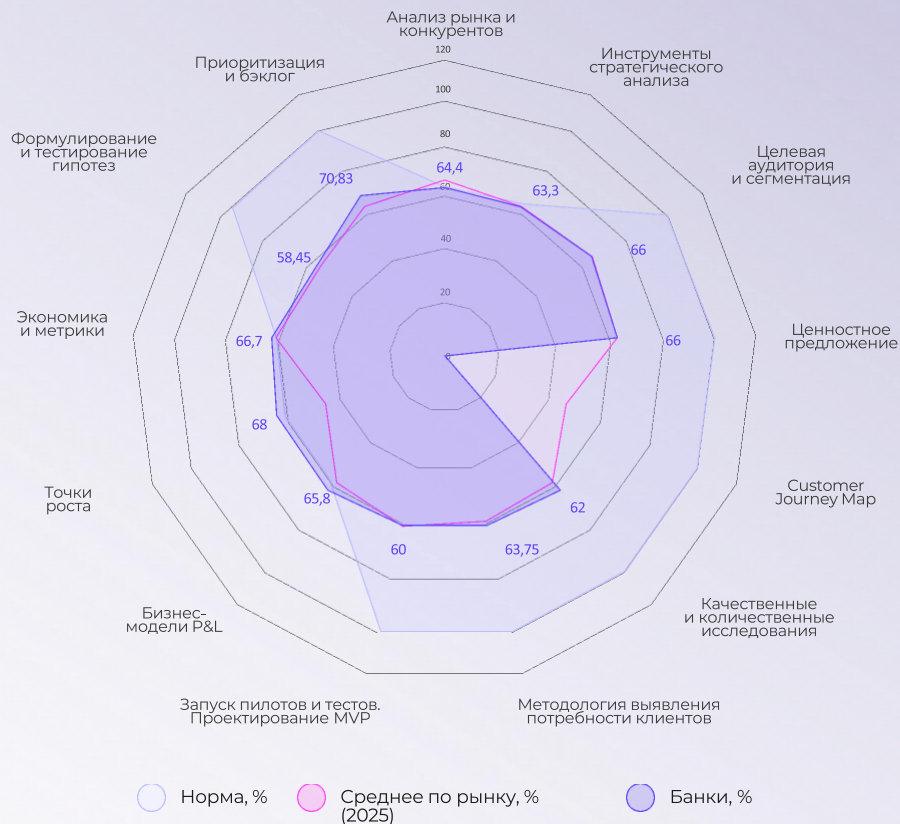


## ДЕФИЦИТНЫЕ ПРОДУКТОВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ: БАНКИ

В сегменте Банки формируется чёткий профиль, отражающий корпоративную культуру, где продуктовый специалист мыслит финансовыми моделями, но не клиентским опытом:

- сильные стороны там, где есть деньги и P&L («Точки роста» — 68%, «Бизнес-модели» — 65.8%)
- зоны развития там, где нужно работать с реальным пользователем (компетенции области Discovery)

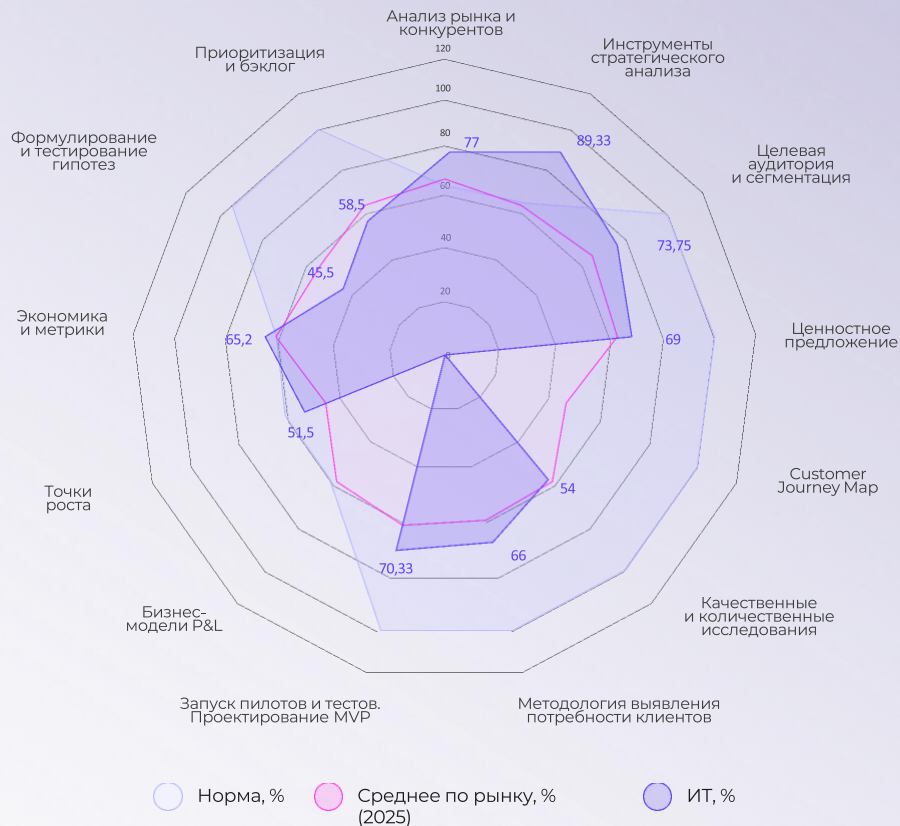
Примечательно отсутствие в модели компетенции «CJM», что может свидетельствовать о неприменении инструмента на системном уровне.



## ДЕФИЦИТНЫЕ ПРОДУКТОВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ: ИТ

«Инструменты стратегического анализа» на уровне 89.33% — это компетенция, которая не просто близка к норме, но и значительно её превышает.

«Формулирование и тестирование гипотез» (45.5%) — критически низко для сегмента — структурный разрыв внутри самого профиля (мыслим стратегически, но плохо проверяем гипотезы).

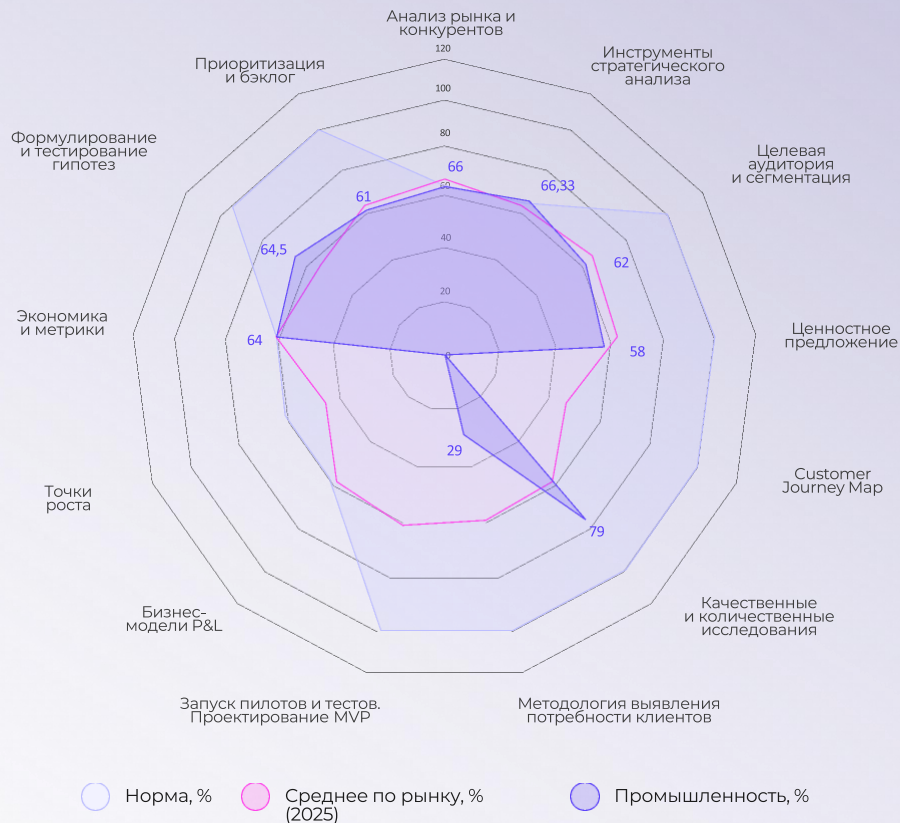


## ДЕФИЦИТНЫЕ ПРОДУКТОВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ: ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

«Качественные и количественные исследования» (79%) — самый высокий результат среди измеренных компетенций по сегментам.

«Методология выявления потребности клиентов» (29%) — самое низкое значение среди сегментов. Одновременно с ростом уровня продвинутой экспертизы является тревожным сигналом: базовый инструмент продуктовой работы (понимание того, чего хочет клиент) практически отсутствует.

Отсутствие в анализе компетенций «Точки роста», «Бизнес-модели P&L», «Запуск пилотов и тестов». «Проектирование MVP», «Customer Journey Map» говорит о неприменимости инструментов на системном уровне.

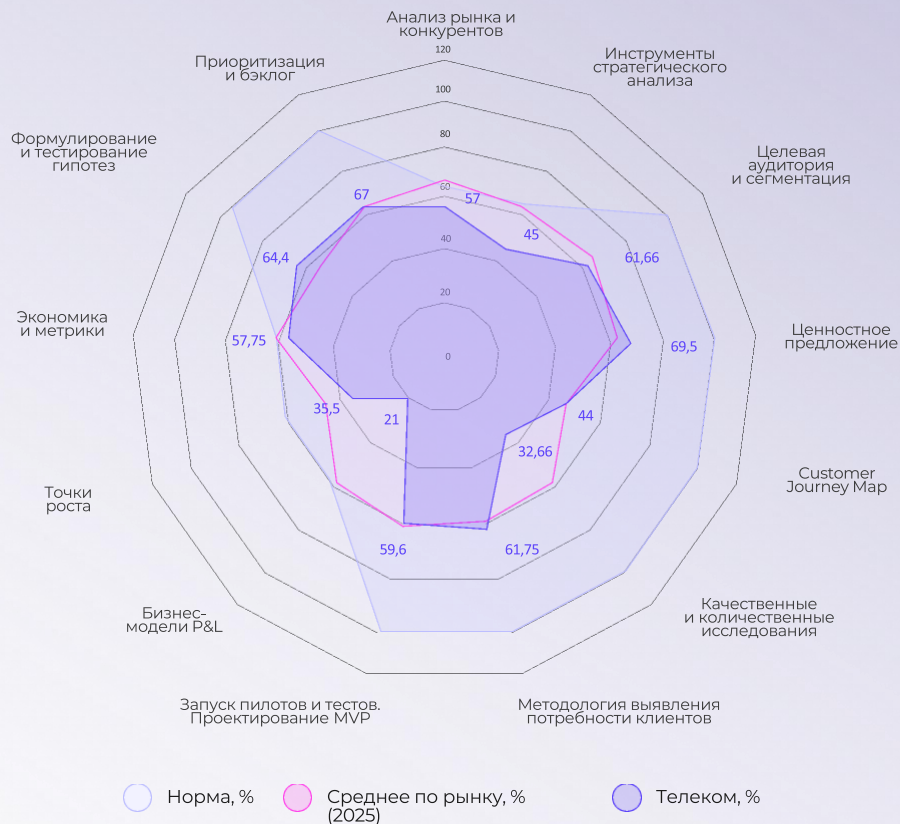


## ДЕФИЦИТНЫЕ ПРОДУКТОВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ: ТЕЛЕКОМ

Сегмент является аутсайдером по компетенциям, причём с чувствительным отрывом от рынка сразу по нескольким осям:

«Бизнес-модели P&L» (21%), «Качественные и количественные исследования» (32.66%) и «Точки роста» (35.5%) — крайне низкие значения, которые подсвечивают просадку на системном уровне в умении рассчитывать экономику, проводить исследования и находить зоны роста.

Однако это предсказуемая картина, исходя из распределения уровней продуктовой экспертизы по сегменту.



## ДЕФИЦИТНЫЕ ПРОДУКТОВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ 2025: ВЫВОДЫ

- Discovery — слабое место всего рынка без исключений. Ни один из четырёх сегментов не достигает нормы по ключевым компетенциям этого блока. Это системная, а не отраслевая проблема.
- Customer Journey Map — единственная компетенция, которая либо отсутствует в оценке (Банки, ИТ, Промышленность), либо показывает минимальное значение (Телеком). Это может говорить о том, что рынок не работает с реальным клиентским опытом на системном уровне. И невостребованные продукты — прямое следствие тому.
- У каждого сегмента свои сильные стороны, но они не компенсируют Discovery-дефицит. Банки сильны в финансовой логике, ИТ — в стратегическом анализе, Промышленность — в исследованиях и гипотезах. Но эти компетенции не закрывают системную слабость в понимании клиента.
- Доминирование экспертизы среднего уровня (74% рынка) логично объясняет Discovery-дефицит: специалисты среднего уровня умеют исполнять и приоритизировать, но редко владеют глубокими инструментами обнаружения потребностей. Рост уровня продвинутой экспертизы — необходимое условие для закрытия этого разрыва.
- Сегмент Телеком — единственный, где зоны развития проявляются одновременно и по уровню распределения экспертизы, и по профилю компетенций. Это сигнал не для точечного обучения, а для пересмотра подхода к формированию продуктовой модели.

## ГОРИЗОНТ 2026: ПРОДУКТОВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ В ЭПОХУ «ЧЕЛОВЕК + МАШИНА»

С 2019 года мы оценивали автономные компетенции человека. Начиная с 2025 года оценка и развитие продуктовых специалистов всё чаще проходят в парадигме «человек + машина». Что это означает для всех нас?

### Переход к двухконтурной модели компетентности:

Экспертиза «человек + машина», где ИИ инструменты, качественно интегрированные в работу, создают фундамент интеллектуального капитала.

### ИИ особенно эффективен (при условии обязательной верификации контекста) в:

- расчётах и аналитических операциях
- структурировании данных
- прогнозировании сценариев

**Новая сложность профессии** — в постановке рамок задач, интеграции ограничений, диагностике ошибок ИИ-агентов и принятии ответственности за результат автоматизации.

### Профиль продуктового специалиста требует обновления по двум осям:

- **продуктовая база** — автономные навыки становятся критическим фундаментом: именно они позволяют верифицировать и направлять ИИ-output, а не следовать ему вслепую
- **мультидисциплинарность** — способность работать на стыке продукта, данных и AI-инфраструктуры становится новой нормой, а не конкурентным преимуществом

Инвестиции в Discovery-компетенции сегодня — это инвестиции в способность человека управлять ИИ завтра. Специалист, не умеющий выявить потребность клиента, не сможет корректно поставить задачу и машине.



Центр  
корпоративных инноваций  
и продуктового развития  
«Акселератора ФРИИ»

Как можно использовать диагностику и  
результаты рыночного обзора

## ДЛЯ ЧЕГО НУЖНА ДИАГНОСТИКА ПРОДУКТОВЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

### Оценка и найм

Диагностика продуктовых компетенций и адаптация команды для реализации бизнес стратегии. Сокращение времени закрытия вакансии за счет понятных требований к компетенциям кандидатов.

### Разработка системы поощрения

Реализация прозрачной системы мотивации сотрудников и назначения на должность.

### Выстраивание траектории развития

Определение объективного объема потребностей и затрат на обучение сотрудников в соответствии с пробелами в их компетенциях.

### Пересборка / оптимизация команд

Определение уровней развития продуктовой экспертизы в команде. Создание единого стандарта продуктовых методологий и четких требований к ролям.

### Создание кадрового резерва

Формирование резерва сотрудников с подтвержденными навыками и потенциалом, выстраивание индивидуальных карьерных треков.

### Оценка образовательного результата

Диагностика изменения навыков после прохождения образовательных программ, определение их влияния на бизнес результат.

## ПРИОРИТЕТНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ В 2026

1

### **Customer Journey Map — первоочередной приоритет.**

Единственная компетенция, которая связывает все остальные Discovery-инструменты в единую логику: без понимания пути клиента исследования, гипотезы и ценностное предложение существуют в вакууме. Закрытие этого пробела может оказать мультипликативный эффект на смежные компетенции.

2

### **Формулирование и тестирование гипотез.**

Это компетенция, которая непосредственно влияет на окупаемость разработки. Именно её низкий уровень приводит к тому, что команды берут в работу непроверенные решения. И разрыв существует, скорее всего, не на уровне знания инструментов, а в системном применении.

3

### **Качественные и количественные исследования.**

Это фундамент Discovery: без умения правильно исследовать ни CJM, ни гипотезы не заработают. Приоритизировать эту компетенцию стоит в связке с двумя предыдущими — как единый «Discovery-трек».

**IBM:**

**Стоимость исправления ошибки, обнаруженной на этапе эксплуатации, до 100 раз дороже ее обнаружения на этапе discovery**

**McKinsey:**

**В проектах с качественно проведенной фазой discovery продукт можно вывести на рынок быстрее на 20-30%**

**! Диагностика продуктовых команд позволяет прокачивать именно те компетенции, которые «проседают» в компании, обеспечивая разумную экономию бюджета !**



Центр  
корпоративных инноваций  
и продуктового развития  
«Акселератора ФРИИ»

Инструменты для исследования  
компетенций продуктовых команд

## ИНСТРУМЕНТЫ ДИАГНОСТИКИ ПРОДУКТОВЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ



Модель продуктовых компетенций  
(hard skills + soft skills)



Тестирование закрытого формата



Бизнес-кейс



Комплексный формат оценки  
с использованием ИИ-инструментов

ФОРМАТЫ РЕАЛИЗАЦИИ:

---

ПЛАТФОРМЕННОЕ РЕШЕНИЕ

ОНЛАЙН МЕРОПРИЯТИЯ

# 1

## МОДЕЛЬ ПРОДУКТОВЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

**ДЛИТЕЛЬНОСТЬ ЭТАПА:  
2-3 НЕДЕЛИ**

Модель компетенций — это структурированный набор навыков, знаний и поведенческих характеристик, необходимых для успешного выполнения задач в конкретной роли или должности

### Программа разработки модели компетенций

1. Проведение серии встреч с руководителем для формирования требований к модели компетенций.
2. Разработка модели, включающей перечень компетенций и навыков с их детализированными расшифровками.
3. Определение уровня владения для каждой компетенции для набора ролей:
  - Уровень 0 — Компетенция не выявлена
  - Уровень 1 — Компетенция развита на начальном уровне
  - Уровень 2 — Компетенция развита на среднем уровне
  - Уровень 3 — Компетенция развита на высоком уровне
4. Составление индивидуальных рекомендаций для самостоятельного развития навыков (статьи, книги, видео и т.д.).

## ПРИМЕР МОДЕЛИ КОМПЕТЕНЦИЙ

### СТРАТЕГИЯ

- Вывод продукта на рынок
- Масштабирование
- Точки роста в существующем продукте
- Умение построить выводы из данных
- Бэклог и приоритизация
- Методы стратегического планирования
- Анализ рынка
- Анализ конкурентов
- Бизнес-модели

### КЛИЕНТ

- Целевая аудитория. Сегментация
- Ценностное предложение
- Генерация идей
- Запуск пилотов и тестов
- Быстрое прототипирование
- Тестирование каналов привлечения
- Работа с обратной связью от клиента
- Валидация UX/UI решений

### ДАнные И АНАЛИТИКА

- Ключевые метрики
- Ценообразование и модели монетизации
- Продуктовая аналитика
- Запуск и анализ экспериментов

### ДИНАМИКА ИЗМЕНЕНИЙ

- Фокусировка и целеполагание
- Быстрое тестирование гипотез
- Execution
- Формулирование гипотез
- Валидация гипотез

### РАБОТА С КОМАНДОЙ

- Делегирование и контроль
- Мотивация и развитие сотрудников
- Оптимизация операционных процессов
- Управление конфликтами
- Agile
- Feedback
- Фокусировка команды

### КОММУНИКАЦИЯ

- Проведение переговоров
- Умение кратко и понятно доносить свою мысль
- Управление ожиданиями стейкхолдеров

## 2

## ТЕСТИРОВАНИЕ ЗАКРЫТОГО ФОРМАТА

### В РАМКАХ ЭТОЙ ДИАГНОСТИКИ ОЦЕНИВАЮТСЯ:



Знания продуктовых инструментов и фреймворков

#### 1. Разработка вопросов закрытого теста — 5 недель

- На каждый навык разрабатывается 3 вопроса, всего до 70 вопросов (в зависимости от матрицы)
- Вопросы могут быть привязаны или не привязаны к специфике деятельности компании

#### 2. Проведение диагностики — 2 недели

- Регистрация на платформе ФРИИ, решение теста (≈ 3 часов)

#### 3. Демо-доступ к тестированию закрытого формата

- Предоставляется по запросу со стороны заказчика

# 3

## БИЗНЕС-КЕЙС

### В РАМКАХ ЭТОЙ ДИАГНОСТИКИ ОЦЕНИВАЮТСЯ:

- Умение применять на практике инструменты и фреймворки
- Мышление

#### 1. Разработка диагностического кейса — 3-4 недели

- Кейс состоит из краткого описания продукта и 10-15 открытых вопросов к нему
- Кейс может быть привязан или не привязан к специфике деятельности компании

#### 2. Проведение диагностики онлайн — tbd

- Регистрация на платформе ФРИИ, письменное решение кейса (≈ 4 часов) / онлайн
- Индивидуальное кейс-интервью с экспертом для подтверждения уровня владения компетенциями (30 минут)
- Эксперты ФРИИ - основатели стартапов, СРО ведущих IT-компаний, Enterprise Agile-коучи

#### 3. Решение бизнес-кейсов оффлайн — 1 день

- Решение кейса в командах, презентация результатов, экспертная обратная связь (≈ 6 часов)
- Кейсы могут быть основаны на реальных бизнес задачах участников
- Оффлайн мероприятие с участием внешних экспертов ФРИИ и наблюдателей со стороны бизнеса

# 4

## КОМПЛЕКСНЫЙ ФОРМАТ ОЦЕНКИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИИ-ИНСТРУМЕНТОВ

### В РАМКАХ ЭТОЙ ДИАГНОСТИКИ ОЦЕНИВАЮТСЯ:

- Знания продуктовых инструментов и фреймворков
- Мышление
- Умение применять на практике инструменты и фреймворки

### 1. Разработка комплексного формата оценки — 3-4 недели

- Комплексный формат оценки может содержать закрытые тестовые вопросы (мини-кейсы) с вариантами ответов для проверки уровня знаний продуктовых фреймворков и открытые вопросы по сквозному кейсу для оценки навыков применения продуктовых инструментов
- Вопросы теста и сквозной кейс могут быть привязаны или не привязаны к специфике деятельности компании
- Оценка ответов участников проводится с помощью ИИ (нейросетевых технологий)

### 2. Проведение диагностики онлайн — tbd

- Предоставление доступов к платформе оценки для регистрации (в т.ч. с возможностью анонимизации персональных данных)
- Решение теста и сквозного кейса на платформе – до 3-х часов

# РЕЗУЛЬТАТ ДИАГНОСТИКИ ПРОДУКТОВЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

## 1. Модель продуктовых компетенций

Описанный профиль продуктовых компетенций в разрезе ролей, разработанный в соответствии со спецификой компании

## 2. Индивидуальные отчеты

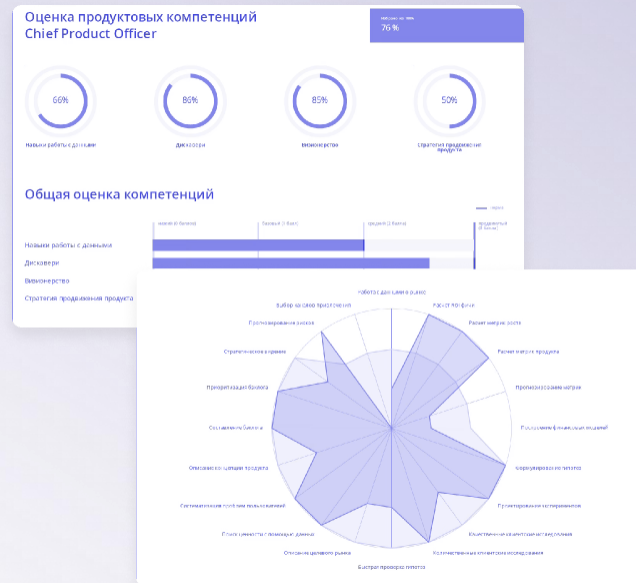
Результаты диагностики по каждому сотруднику, персональные рекомендации для профессионального роста

## 3. Групповой отчет

Командные результаты диагностики, рейтинги сотрудников, рекомендации для дальнейшего развития в разрезе подразделений

## 3. Аналитический отчет\*

Сравнение с бенчмарками отрасли, срез по развитым и западающим компетенциям команд, связь компетенций и метрик в продуктах



\*с возможностью обогащения внутренними данными заказчика

## НАШИ ПРЕИМУЩЕСТВА



Уникальная методология  
и продуктовая экспертиза ФРИИ



Объективность и точность оценки



Скорость разработки и реализации  
диагностических мероприятий



Платформенное решение входит  
в реестр российского ПО



Возможность кастомизации с учетом  
бизнес специфики заказчика



Сравнение с бенчмарками рынка  
в разрезе нескольких сегментов



Персонализированные рекомендации  
по развитию продуктовой экспертизы  
с учетом современных реалий рынка



Глубокое понимание специфики  
клиентских потребностей

## Центр корпоративных инноваций и продуктового развития «Акселератора ФРИИ»

### ДАВАЙТЕ ПРОЕКТИРОВАТЬ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ ПРОДУКТОВЫХ КОМАНД ВМЕСТЕ!



Анна  
Русакова

Директор  
центра



Ирина  
Бурлова

Руководитель  
направления оценки  
компетенций



Юлия  
Юркина

Руководитель  
проектов



Кирилл  
Соснин

Руководитель  
консалтинга и  
аналитики



Наталья  
Егорова

Менеджер по  
маркетинговому  
продвижению



Галина  
Дрёмова

Руководитель по  
внешним  
коммуникациям



[corporate.iidf.ru](https://corporate.iidf.ru)



[t.me/chiefinnovationchannel](https://t.me/chiefinnovationchannel)



[corp-team@iidf.ru](mailto:corp-team@iidf.ru)

## НАШИ ПРОДУКТЫ

### Прокачиваем продуктовые команды

Повышаем уровень компетенций команд в процессе работы над реальными задачами с использованием ИИ-инструментов

### Проводим продуктовую акселерацию и трансформацию

Ускоряем проверку гипотез, повышаем эффективность продуктового портфеля и максимизируем бизнес-эффект

### Обучаем методологии трекинга

Готовим внутренних трекеров для повышения прозрачности процессов, сокращения time-to-market и роста ROI

### Диагностируем продуктовые компетенции

Оцениваем уровень специалистов на собственной платформе и с применением нейросетевых технологий

### Готовим лидеров продуктовой трансформации

Развиваем лидерские и продуктовые компетенции для управления инновациями и достижения бизнес-метрик

### Запускаем корпоративное предпринимательство

Находим, развиваем и внедряем перспективные продукты от сотрудников с измеримой ценностью для бизнеса

### Сопровождаем стратегические продуктовые инициативы

Помогаем с запуском новых продуктов, исследованиями рынка и оценкой инвестиционной привлекательности активов

Подробнее о программах  
[corporate.iidf.ru/#products](https://corporate.iidf.ru/#products)

