

Local Motors: создай свою машину сам

Ж.В. Светланава

Кейс разработан на основе учебных материалов University of Illinois

Компанию Local Motors создал в 2007 году американец Джей Роджерс, выпускник Гарвардской школы бизнеса. Идея создания компании пришла к нему во время обучения на программе MBA. Вот что он говорил впоследствии в прессе:

«Если бы Генри Форд имел доступ в Интернет и пользовался Твиттером, он бы создавал свои автомобили совсем другим способом».

Целью Джея Роджерса стало создать наилучший из возможных автомобилей самым дешевым и эффективным способом. Как же ему это удалось?



Автомобили компании проектируются с помощью краудсорсинга: любой человек может предложить компании (прислать на сайт) свой вариант дизайна кузова или салона автомобиля, а также отдельных элементов. Лучший дизайн выбирается участниками Интернет-сообщества с помощью голосования.

Первым автомобилем, разработанным таким способом, стал внедорожник Rally Fighter (на фото). Весь процесс – от запуска проекта до начала производства модели – занял 18 месяцев, что в пять раз быстрее, чем у обычных автопроизводителей. Автором дизайна Rally Fighter стал Санго Ким, безработный студент колледжа из Калифорнии, получивший более двух тысяч голосов интернет-пользователей. По словам главы компании, весь процесс разработки этой модели стоил компании 3 миллиона долларов, что значительно меньше, чем у обычных автопроизводителей.

Цена Rally Fighter составляет 99 900 долларов. Самое интересное, что в цену включено шестидневное пребывание покупателя в Аризоне на микро-фабрике, где покупатель сам (с помощью сотрудников компании) собирает свой автомобиль. По заявлению компании, как минимум 50% всего процесса сборки осуществляется самим покупателем. В первые три года после начала продаж Rally Fighter было продано около 100 автомобилей. Большинство покупателей – граждане США, Великобритании, России и Казахстана.

Проект Rally Fighter привлек значительное внимание общественности, активно обсуждался в Интернете, освещался в специализированных журналах и телепередачах. Создатель компании неоднократно давал интервью о своем проекте для телевидения.

Главный офис компании расположен в США (штат Аризона). На сегодняшний день методом краудсорсинга разрабатываются и другие модели автомобилей компании, а также мотоциклы и высокотехнологичные велосипеды. В планах компании разработка более доступной по цене модели автомобиля (около 10 000 долларов).

Компанией и ее сообществом дизайнеров заинтересовались некоторые крупные компании, например, Reebok (заказ дизайна лучшей обуви для вождения) и Domino's Pizza (дизайн автомобиля для доставки пиццы). Кроме того, Local Motors разрабатывает прототип военного автомобиля по заказу одного из подразделений Пентагона. На выставке в Чикаго компания представила первый в мире автомобиль, напечатанный с помощью 3D принтера.

Вопросы для обсуждения:

1. Как вы оцениваете проект Rally Fighter? Можно ли назвать его успешным? Можно ли назвать успешной деятельность компании?
2. Как вы оцениваете краудсорсинг как метод разработки новых товаров? Как бы вы могли применить краудсорсинг в своей компании?
3. Охарактеризуйте целевой сегмент автомобиля Rally Fighter и его позиционирование. Опишите его маркетинг-микс.

Использованные источники:

<http://edition.cnn.com/2013/03/12/tech/web/crowdsourced-car-sxsw>

<https://shop.localmotors.com/products/local-motors-rally-fighter>