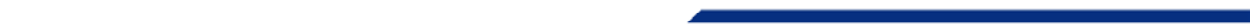


Bedarfserfassung für neue Produkte

Seminar



Die latenten und zukünftigen Probleme und Bedürfnisse der Kunden erkennen und daran die Innovationsfindung ausrichten

Unternehmen versuchen, die Markt- und Wettbewerbsposition durch die Einführung neuer Produkte zu sichern oder zu stärken. Allerdings ist das Risiko, dass neue Produkte auf dem Markt scheitern groß. Die Floprate neuer Produkte liegt bei Konsumgütern über 50%; auch bei Investitionsgütern beträgt sie 20 - 25%.

Die Wahrscheinlichkeit, dass neue Produkte von den Kunden bereitwillig aufgenommen werden, ist dann hoch, wenn die Produktfunktionen und -leistungen auf den aktuellen Kundenbedarf zugeschnitten sind. Es gilt also im Vorfeld der Produkt- oder Dienstleistungsentwicklung herauszufinden, was sich der Kunde wünscht, welche Anforderungen er stellt und welche Probleme er hat.

Inzwischen gibt es eine ganze Reihe von Methoden bzw. Vorgehensweisen, mit deren Hilfe der Innovationsbedarf in einem spezifischen Marktsegment ermittelt werden kann. Im konkreten Fall ist eine Methode auszuwählen, die der Unternehmens- und Marktsituation gerecht wird. Im eintägigen Seminar wird ein Überblick über Methoden und Vorgehensweisen zur Erfassung des Innovationsbedarfs gegeben und an Fallbeispielen verdeutlicht. Anschließend werden die Methoden ausführlich besprochen und geübt, die für Ihr Unternehmen geeignet sind.

Inhaltsschwerpunkte

- **Problem- bzw. Bedarfserfassung im Kundensegment – ein Erfolgsfaktor für Innovationen**
- **Überblick über das Methoden- und Vorgehensspektrum**
 - Beschwerden und Reklamationen auswerten
 - Kundenprobleme und -vorschläge systematisch im Sinne von Open Innovation erfassen
 - Zusammenarbeit mit Kunden bei der Konzeptfindung für Innovationen
 - Delphi-Befragung
 - Perspektive Bedarfs- und Problemfindung mit Kreativitätstechniken
 - Zukunftsanalysen
- **Herausarbeitung der für das Unternehmen relevanten Methoden** (parallele Gruppenarbeit)
- **Auswahl von drei für das Unternehmen sinnvoll anwendbare Methoden/Vorgehensweisen**
- **Durchsprache und Üben dieser Methoden**
- **Entwickeln unternehmensspezifischer Umsetzungskonzepte für diese Methoden**
- **Anwendungsplanung**

Seminarrahmen

Zeitraumen: 1 Tag

Teilnehmerzahl: 5 bis 20 Teilnehmer

Bei Bedarf passen wir Seminarinhalte und Seminarkonzeption an unternehmensspezifische Anforderungen an. Die Seminare werden von praxiserfahrenen Referenten der Geschka & Partner Unternehmensberatung durchgeführt.

Gerne unterbreiten wir Ihnen ein Angebot.

Ansprechpartner

Prof. Dr. Horst Geschka

Tel.-Durchwahl: +49 (0)6151 501646-1

Fax-Durchwahl: +49 (0)6151 501646-9

E-mail: hg@geschka.de

Prof. Dr. Andrea Zirm

Tel.-Durchwahl: +49 (0)6151 501646-0

Fax-Durchwahl: +49 (0)6151 501646-9

E-mail: az@geschka.de

Kontaktdaten

Geschka & Partner Unternehmensberatung

Innovarium

Guerickeweg 5

64291 Darmstadt

Tel.: +49 (0)6151 501646-0

Fax: +49 (0)6151 501646-9

Email: info@geschka.de

www.geschka.de