

Seminar: Erfolgsorientiertes Innovationsmanagement

Buchungscode
BU104

Jüngere Untersuchungen haben gezeigt, dass alleine in Deutschland jährlich 40 Mrd. Euro in Innovationen investiert werden, die fehlschlagen. Andere Untersuchungen zeigen, dass 85 - 90% aller neuen Produkte in den ersten 12 Monaten ihrer Marktpresenz fehlschlagen, weitere ca. 5% davon in den nächsten 12 Monaten. Was ist der Grund? Wo liegt der Kern des Problems?

Nicht nur Harvard und MIT haben herausgefunden, dass die wichtige Marktforschung hier allzu oft versagt. Falsche Prognosen von bis zu 550% sind bei Innovationen keine Seltenheit. Die bewährte Marktsegmentierung bietet keine Sicherheit, denn sie geht von Parametern aus, deren Gültigkeit auf heutigen Märkten vielfach widerlegt ist.

Fehlschläge können nicht völlig ausgeschlossen werden, aber es gibt Unternehmen, die große Erfolge haben: z.B. Reduzierung des F&E-Anteils am Einzelhandelspreis von 4,8 auf 3,6% bei Millionen von Alltagsartikeln und gleichzeitiger Steigerung der Marktakzeptanz für neue Produkte auf 50%. Was ist das Geheimnis, dass dies ermöglicht?

Die Beantwortung dieser Fragen ist der Kern dieses Seminars, das Mitarbeiter und Manager aus Forschung und Entwicklung, Marketing und Unternehmensleitung anspricht, um in Gruppenarbeit und auch individuell Wege aufzuzeigen, die Erfolgsrate von Innovationen zu steigern und Werte zu schaffen. Denn in einem sind sich Praxis und Wissenschaft sehr einig: Die heutige Wirtschaft wird von Innovation getrieben.

Ziele / Nutzen

Ziel des Seminars ist die Erarbeitung der Grundlagen, welche die essenzielle Unterschiedlichkeit des Begriffs Innovation verdeutlichen (z.B. marginale Innovation über Nischen bis hin zu radikaler Innovation und von geschlossener hin zu offener Innovation). Es geht darum zu verstehen, wie im Wettbewerb eine Innovation anzusiedeln ist, um im Markt bestehen zu können. Ein weiteres Ziel ist es, den Käufer in seinen unterschiedlichen Rollen zu verstehen und klar darzulegen, dass die übliche Segmentierungspolitik nicht (mehr) ausreichend ist, um eine Marktakzeptanz zu erzielen. Das dritte Ziel ist aufzuzeigen, dass alternative Marktforschung erforderlich ist, um verlässlichere Daten zu erhalten. Dies dient dem Nutzen der Kostensenkung der Marktforschung und der Reduzierung von F&E Budgets.

Termine

Momentan sind keine Seminare vorhanden. Gern vereinbaren wir individuelle Termine.

* Alle Preise zzgl. USt.

› *Kein passender Termin dabei?*

Inhalte des Seminars Erfolgsorientiertes Innovationsmanagement

Was ist Innovation? Eine Frage, die alles andere als leicht zu beantworten ist.

Ursachen und Gründe von Fehlschlägen als Faktoren zur Vermeidung 'falscher' Innovation

Effektive Innovation vor effizienter Innovation

Das "Nicht-hier-erfunden" Syndrom

Signale der Märkte richtig interpretieren

Was braucht der Kunde und besonders was nicht?

Was ist eigentlich ein Kunde: Die alternative Marktsegmentierung

Die richtige Positionierung innovativer Produkte

Diese und weitere Kriterien werden intensiv untersucht, wobei die Erfahrungen der Teilnehmer ein zentraler Punkt der Diskussionen sind.

Weitere Seminarinformationen

Teilnehmerkreis

Manager und Mitarbeiter aus Forschung und Entwicklung, Marketing und Unternehmensleitung

Methodik

Impuls-Referate und Kurz-Vorträge, Diskussion und Erfahrungsaustausch im Plenum, Einzel- und Gruppenarbeiten sowie zahlreiche Übungen, Einbindung Ihrer Wünsche und Problemstellungen in das Seminar durch schriftliche Vorabbefragung

Abschluss

Teilnahme-Zertifikat der mtec-akademie an der PFH Private Hochschule Göttingen

Trainer

► Prof. Klaus Oestreicher

Seminarzeiten

9:00 – ca. 17:00 Uhr

Teilnehmerzahl

max. 12

Teilnahmegebühr

490 € zzgl. USt.

Dauer

1 Tag

Inklusivleistungen

Schulungsordner mit umfangreichen Seminarunterlagen, Pausengetränke, Mittagessen, Teilnahme-Zertifikat inkl. Dokumentation der Seminarinhalte

Termine

Momentan sind keine Seminare vorhanden. Gern vereinbaren wir individuelle Termine.

* Alle Preise zzgl. USt.

› *Kein passender Termin dabei?*



Wissenswertes zum Thema Innovationsmanagement

- › Innovationsmanagement: Ohne Fleiß - kein Preis!



Weitere Seminarempfehlungen zu Erfolgsorientiertes Innovationsmanagement

- › Unternehmensstrategien entwickeln und erfolgreich umsetzen
- › Business Model Generation - Innovative Geschäftsmodelle
- › Innovationsmanagement - ein aktiver Leitfaden
- › Projektmanagement
- › Kompaktseminar Urheber- und Patentrecht