

AMC Business-Training

Techniken für Produktentwicklung und -innovation

25.09.2008, 10:00 – 16:30, AMC, Münsterstr. 304, 40470 Düsseldorf

Innovationen gelten als der Motor für Wachstum und Zukunftssicherung. Ein sehr hoher Prozentsatz neu entwickelter Produkte schafft es aber letztlich nicht, am Markt zu bestehen. Für eine erfolgreiche Produktentwicklung sollten die richtigen Techniken angewendet werden. Aber welche Techniken führen zum gewünschten Erfolg? Nach dieser Veranstaltung wissen Sie welche aktuellen Techniken in welcher Phase für die Produktentwicklung eingesetzt werden können und wo die Vor- und Nachteile einzelner Techniken liegen.

Diese Veranstaltung ist insbesondere für Führungskräfte und Mitarbeiter/-innen aus Marketing, Produkt- und Innovationsmanagement, Vertrieb und Produktentwicklung interessant.

Inhalte der Veranstaltung

1. Entwicklungs- und Innovationsaufgaben im Produktlebenszyklus

- Grundlagen: Bedeutung von Innovationen; Charakteristika von Produkten
- Innovationen und Produktlebenszyklus: Welche Aufgaben in welchen Phasen?
- Gestaltung der Phasen des Produktentwicklungsprozesses (PEP)

2. Techniken in den frühen Phasen der Produktentwicklung

2.1 Marktbezogene Ansätze

- Trendforschung: Stärke und Entwicklungsrichtung aktueller Trends ermitteln
- Klassische Marktanalyse: Identifizierung der Bestimmungsgrößen des Marktes, Vorbereitung einer Marktsegmentierung
- Szenariotechnik: Prognose und Bewertung zukünftiger Einflussfaktoren

2.2 Wettbewerbsbezogene Ansätze

- Klassische Konkurrenzanalyse: Ermittlung der aktuellen Wettbewerbssituation
- Product reverse engineering/competitive analysis
- Marktsegmentierung: Aufteilung des Marktes, optimale Anpassung

2.3 Unternehmensbezogene Ansätze

- SWOT-Analyse: kombinierte Stärken-Schwächen-Analyse und Chancen-Risiko-Analyse
- Kernkompetenzanalyse und Wertekettenanalyse
- Value Innovation
- Porter's 5 Forces

2.4 Produktbezogene Ansätze

- Produkt-/Serviceideen generieren: Kreativitätstechniken, Lead User Analyse
- Produkt-/Serviceideen bewerten: Nutzwertanalyse, Amortisationsrechnung

3. Techniken in einer späteren Phase der Produktentwicklung

3.1 Techniken für die Ideenvalidierung und -umsetzung

- Kundenbefragung: Quantitative vs. Qualitative Methoden
- Kano-Methode: Kundenanforderungen und Kundenzufriedenheit
- Conjoint Analyse: Erfassung von Kundenpräferenzen

3.2. Integrative Techniken

- Prozessanalysen
- Konzepttest/Produkttest/Markttest

4. Best Practice: Erfolgsfaktoren, Ziele, Innovationsprozess

- Lernen von den weltweit besten Innovatoren: Wie gehen diese vor?
- Aktuelle Trends im Innovationsmanagement, z.B. Open Source Innovation, Schwarmintelligenz, Radikale Innovationen, Think Tanks

Der Referent

Dipl.-Kfm. Sven Poguntke studierte BWL an den Universitäten Mannheim und North Carolina. In den USA setzte er sich erstmals mit Kreativitätstechniken auseinander. Er arbeitete als Hochschuldozent an der FH Merseburg, im strategischen Marketing eines Verkehrsdienstleisters und fünf Jahre als Senior-Consultant bei einer renommierten Managementberatung. Seit Januar 2004 ist er selbständig als Business Development Consultant. Er ist Autor mehrerer Veröffentlichungen u.a. zu Ideenmanagement, Verkaufsförderung und Kundenbindungsstrategien.

Der AMC

Aufgabe des AMC Assekuranz Marketing Circle ist die Initiierung von Marketing- und Vertriebsprojekten für seine Mitglieder, die Versicherungsgesellschaften. Mit drei Büros in Münster, Düsseldorf und Nürnberg betreut der AMC zurzeit über 60 Versicherungsgesellschaften mit Marketing-Dienstleistungen und -Projekten.

Termine / Tagungsort / Konditionen

Dieses Business-Training findet am 25.09.2008 von 10:00 bis 16:30 Uhr beim AMC, Münsterstraße 304, 40470 Düsseldorf statt.

Konditionen: Für AMC-Mitglieder pro Person 580,- € für Nicht-AMC-Mitglieder p.P. 950,- €. Alle Preise verstehen sich zzgl. 19% MwSt. Nach Eingang der Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Bei Stornierung der Teilnahme bis zwei Wochen vor Veranstaltungsbeginn berechnen wir 50%, danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers die volle Gebühr. Selbstverständlich ist die Vertretung eines angemeldeten Teilnehmers möglich. Bei zu geringer Teilnehmerzahl behält sich der AMC die Absage vor.

Antwortfax an Stefan Raake, AMC: 0211-690750-50

Ja, wir nehmen am AMC-Business Training „Techniken für Produktentwicklung und -innovation“ zu obigen Konditionen mit ____ Person(en) teil.

Name / VU _____
2. Person

Telefon / eMail _____
Unterschrift

Folgende Themen / Problemstellungen interessieren mich besonders:

Stand 06/2008. Änderungen vorbehalten. Ansprechpartner: Stefan Raake, AMC, Tel. 0211-690750-71.