

Praxis-Tipp

Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit ...

Komplexität



Alle wissen es, aber nur wenige handeln konsequent genug: **Innovation ist lebenswichtig für die Zukunftsfähigkeit ihres Unternehmens.**

Es war schon immer schwierig, wirklich erfolgreiche Innovationen zu finden. Aber heute laufen rasante Veränderungen auf der Ebene Kunde, Wettbewerb und Vermarktung gleichzeitig ab und verstärken sich in ihrer Dynamik und Komplexität. In vielen Branchen wird der Druck durch die zunehmende Digitalisierung verschärft.

Unternehmen, die bisherige Produkte, Dienstleistungen, aber auch ihren Vermarktungsansatz und das Geschäftsmodell nicht kontinuierlich weiterentwickeln oder völlig neu konzipieren, sind in hohem Maße gefährdet.

Allerdings unterschätzen viele Unternehmen wichtige Faktoren im Innovationsprozess und sind daher weniger erfolgreich: oft sehen sie zu wenig die kundenorientierte Outside-in-Perspektive und lassen sich zu sehr von internen Zwängen leiten. Darüber hinaus wird zu viel Wert auf die Phase der Ideengenerierung gelegt.

Eine fundierte Potentialberechnung unterbleibt in vielen Fällen. Bei Projekten wird die Idee in der internen Umsetzung durch Kompromisse „weichgespült“ und verliert an Profil. Andere Unternehmen schaffen es nicht, das „Permanent-über-den-Tellerrand-hinausschauen“ in der Organisation dauerhaft zu etablieren.

Um langfristig am Markt erfolgreich zu sein, ist **Innovation Excellence** notwendig. Kernstück ist dabei, dass Unternehmen in allen Facetten gut sind und ein **ganzheitliches Innovations-Management** anwenden.

Um Innovation Excellence zu erreichen, müssen alle Innovations-Treiber betrachtet und konsequent genutzt werden.

Innovation ist mehr als nur spontane Ideenproduktion in großen Mengen. Es ist wichtig, alle relevanten Facetten gleichermaßen zu berücksichtigen. Unser ganzheitlicher Ansatz beinhaltet die aktive Steuerung aller sechs Innovations-Treiber im Prozess. Dabei darf es keinen einseitigen Fokus geben, sondern analytische und kreative Phasen müssen intelligent miteinander verknüpft werden.

Berücksichtigung aller Innovationstreiber im Prozess

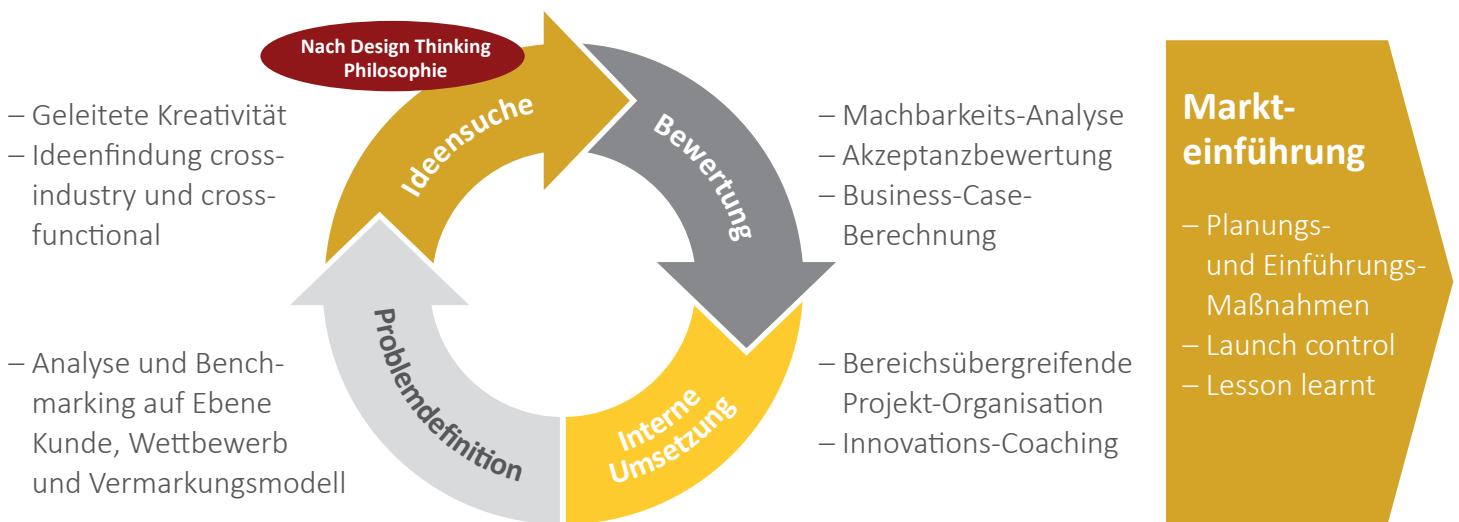


- 1. Ausführliche Problemdefinition:** Nur wenn das Grundproblem aus der Sicht unterschiedlicher Nutzergruppen und Bereiche beschrieben wird, können intelligente Suchfelder und Such-Fragestellungen definiert werden.
- 2. Nutzerzentrierte Ideensuche:** Auf Basis einer herausfordernden Fragestellung für klar definierte Nutzergruppen erfolgt die Ideen-Entwicklung in möglichst heterogen zusammengesetzten Teams.
- 3. Fundierte Wirtschaftlichkeitsbetrachtung:** Sehr frühzeitig im Auswahl-Prozess der weiter zu verfolgenden Ideen geht es um eine fundierte Potential-Betrachtung. Oft sind höhere Wertschöpfungschancen möglich, die sich durch eine Variation des Vermarktungsansatzes oder des Geschäftsmodells ergeben.
- 4. Bereichsübergreifende Entwicklung und Umsetzung:** Neue Ideen passen selten zu bestehenden Strukturen oder versanden politisch. Umso wichtiger ist das Aushebeln der Silo-Denkweise und die bereichsübergreifende Projekt-Steuerung.
- 5. Erprobte Vermarktungstools:** Konsistenter Marketing-Mix zur Markteinführung auf Basis von internen/externen Benchmarks und großem Vermarktungs-Knowhow aus Projekt- bzw. Beratungserfahrung.
- 6. Verankerung des Innovations-Denkens:** Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit durch mentale und organisatorische Implementierung der Innovations-Kultur.

Unser Vorgehen generiert nachhaltige Innovations-Lösungen, die Kunden begeistern, fundiert und umsetzbar sind.

Auf Basis einer Eingangs-Analyse zur Ermittlung der unternehmensinternen Innovations-Engpässe entwickeln wir gemeinsam mit unseren Kunden innovative Produkte, Dienstleistungen, Vermarktungsansätze oder Geschäftsmodelle. Entscheidend ist dabei, gezielt über den Tellerrand hinaus zu schauen und externe und interne Potentiale kreativ und analytisch zu erfolgreichen Konzepten zu verbinden.

Vorgehen Innovations-Management Marketing Excellence Group



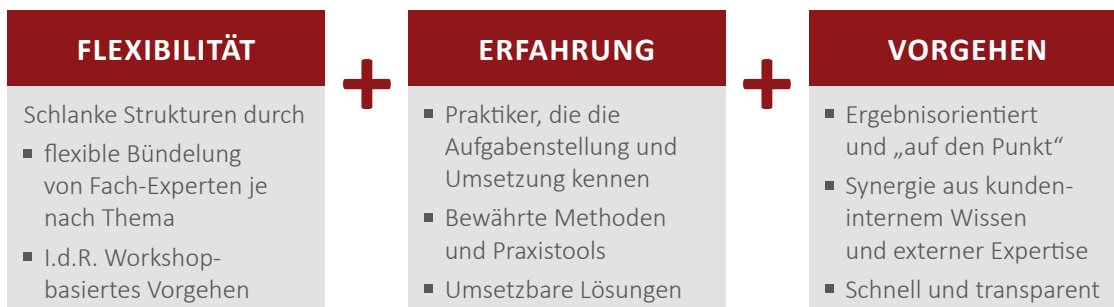
- Unser integrierter Innovations-Ansatz kombiniert strategische Tools mit der in USA entwickelten Problemlösungsmethode Design Thinking: Auf Basis einer zielorientierten Problemanalyse aus Nutzersicht werden typische Consumer Insights bewertet bzw. erarbeitet. Diese sind der Input für Workshops in möglichst heterogen zusammengesetzten Teams. Die erarbeiteten Ideen werden auf ihre Tragfähigkeit bereits im Workshop überprüft und durch das sogenannte Low Resolution Prototyping (3-D-Visualisierung mit einfachsten Mitteln) verbessert.
- In der folgenden Bewertungs- und Überprüfungsphase werden verbleibende Ideen auf Machbarkeit bis hin zur Berechnung des Business Case optimiert. Je nach Bedarf unterstützen wir Sie bei der weiteren internen Umsetzung sowie mit professionellem Innovations-Coaching. Erprobte Planungs- und Validierungs-Tools helfen bei der erfolgreichen Einführungs-Vermarktung neuer Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle.

Ergebnis Methodik Marketing Excellence Group zur Steigerung der Innovation-Excellence

- +++ Gefüllte Ideen-Pipeline (Angebote, Vermarktungsansätze) mit Innovation Roadmap
- +++ Steigerung der Zukunftsfähigkeit durch erhöhte Erfolgsquote am Markt
- +++ Sensibilisierung der Organisation hinsichtlich Change Management und Dynamik
- +++ Permanente Verbesserung durch Transfer der Learnings in weitere Projekte

Die Marketing Excellence Group unterstützt Unternehmen dabei, ihre Markt-Performance messbar zu steigern. Mit einem ressourcenschonenden Projektaufwand!

- **Strategie- und Marketingberatung** mit Sitz in Düsseldorf.
- Bündelung von **Marketing-Experten mit langjähriger Praxiserfahrung** aus operativer Verantwortung und strategischer Beratung. Fokus liegt in der **Konzeption** und **Umsetzung** von nachhaltigen und performance-orientierten Lösungen in der Vermarktung.
- Zu unseren Schwerpunkten gehören die **Identifikation neuer Geschäftspotenziale und Wachstumshebel** (Geschäftsfelder, Produkte/Services, Kanäle, Kunden, Vermarktung) und die Übersetzung in **Wachstumsstrategien und entsprechende Maßnahmenplanung**.
- Wir bieten **neue Perspektiven** mit strategischem Weitblick und operativer Umsetzungserfahrung. Dabei sind wir für Sie **Sparringspartner, Berater** oder **Projektmanager** – bei Bedarf übernehmen wir auch Interim Management-Aufgaben.
- Marketing Excellence plus Effizienz im Beratungsprozess – unser **Lean-Consulting-Ansatz**:



Ihre Ansprechpartner:



KATHARINA NEUMANN
Managing Partner
neumann@m-e-group.de



FLORIAN DIETERLE
Senior Expert
dieterle@m-e-group.de