



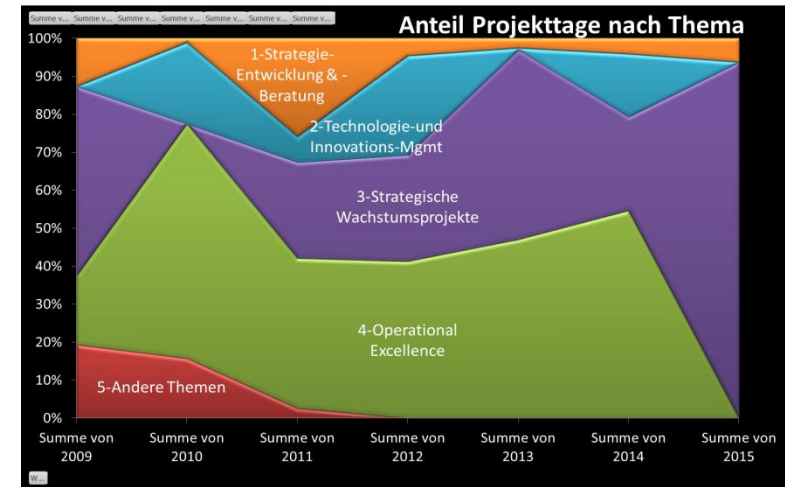
Innovation Handbook

Erfolgsfaktoren
Konzepte - Best Practises
Umsetzung

Die Mehrzahl der Industriefirmen haben erkannt, dass Kostensenkungsmassnahmen und Fokussierung auf Kerngeschäfte nicht genügt um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben.

Neue Wachstumsfelder müssen angegangen werden um damit der stagnierenden oder rückläufigen Umsatzentwicklung aktiv begegnen zu können.

Innovation bietet ein grosses Potential, um sich vom Wettbewerber zu differenzieren und sich rasch in neuen Geschäftsfeldern zu positionieren.



Woher sollen nun aber in der auf Effizienz und Kosten getrimmten Organisation kreative Ideen kommen? Wie können diese mit den bestehenden standardisierten Prozessen rasch zu marktfähigen Produkten und Leistungen entwickelt werden? Wie kann man sich mit den überschlanken Strukturen in ganz neue und unbekannte Märkte einarbeiten?

Viele Unternehmen haben realisiert, dass neues Wachstum durch Innovation nur mit Anregungen und Unterstützung von aussen möglich ist. Wir stellen diesen Trend in einer wachsenden Anzahl von strategischen Innovations- und Wachstums-Projekten fest.

Dieses Handbook soll kein umfassendes Werk zum Thema Innovations-Management sein, Literatur zu dazu gibt es schon in Hülle und Fülle. Es soll aber aus unserer Praxis die wichtigsten und tauglichsten Konzepte kurz vorstellen und damit die Neugier und Motivation für Innovative Vorhaben wecken.

Viel Spass bei der Lektüre

Mike Blöchlinger

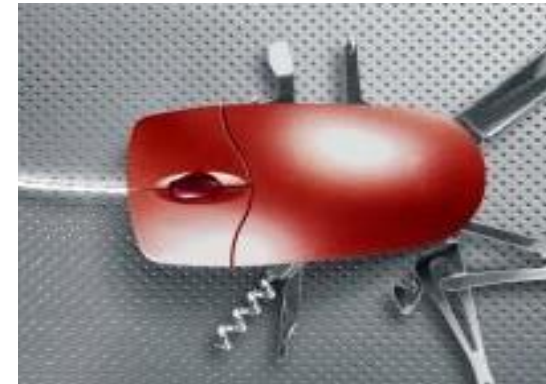
Definitionen

Innovationsmanagement

- Aktives Fördern und Steuern des Innovationsprozesses

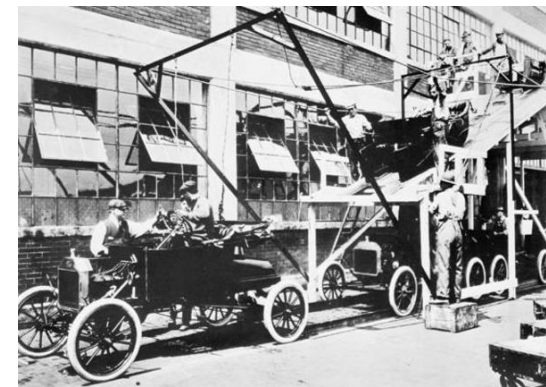
Produkt-Innovation

- Neue Produkte oder Dienstleistungen entwickeln und erfolgreich am Markt positionieren und verkaufen.



Prozess-Innovation

- Neue Prozesse realisieren, welche zu einem Kundennutzen und/oder Wettbewerbsvorteil führen.



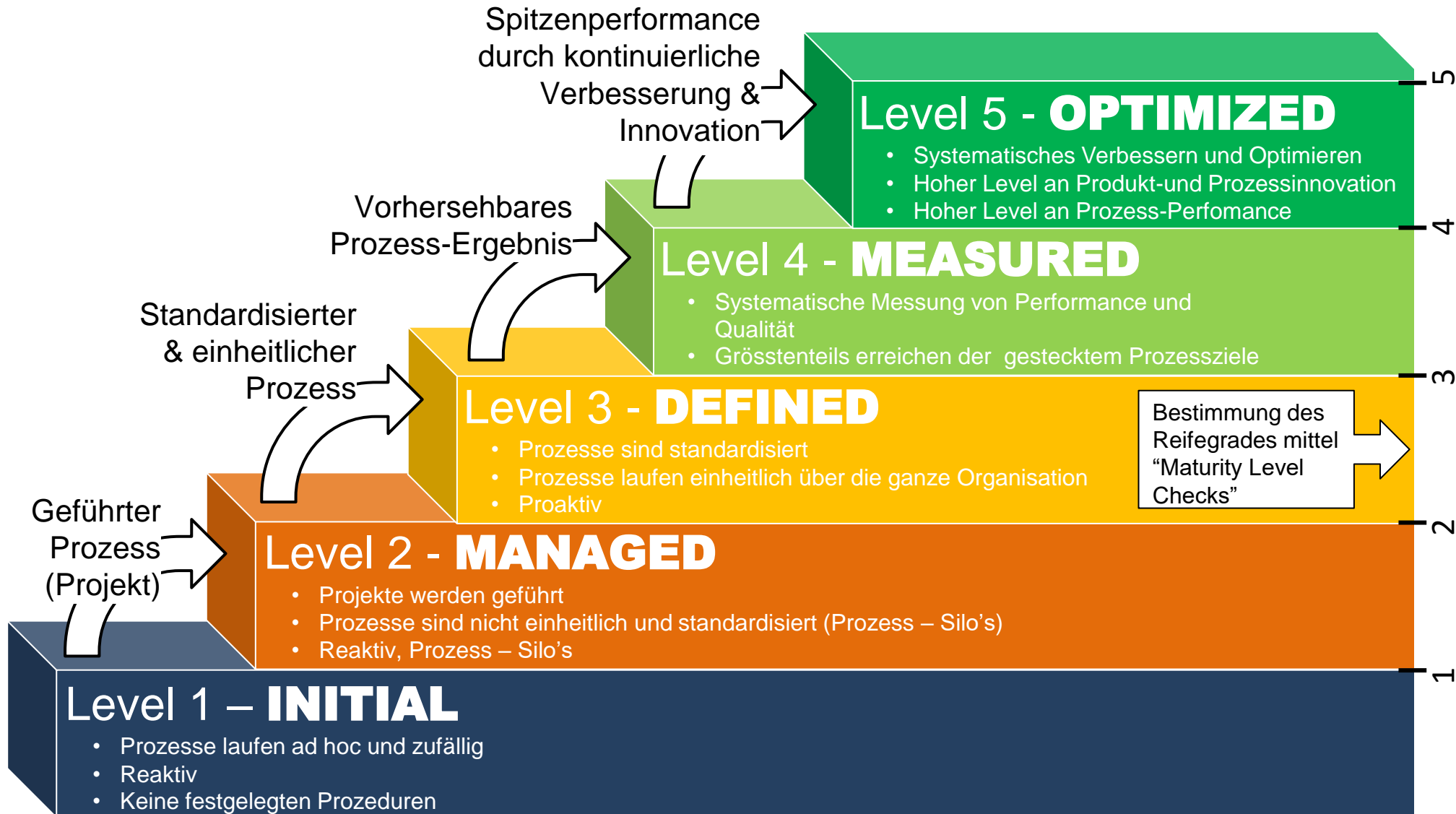
Die Fünf Elemente des erfolgreichen Innovationsmanagement

Erfolgsfaktoren



- Offen für Neues
- Freiräume und disziplinierte Umsetzung
- Erkanntes Querdenker-Potential
- Kreativitätstechniken
- Innovationsplattformen
- Führungsinstrumente
- Innovationsfördernde Strukturen
- Klare Verantwortungsbereiche und Rollenverständnis
- Bereichsübergreifendes Denken und Handeln
- Etablierte Innovationsprozesse
- Open Innovation
- Flexibilität und Anpassungsfähigkeit
- Griffige und gelebte Strategie
- Konsequente Ausrichtung auf Kundennutzen
- Förderung und Schutz von IP
- Anpassungsfähigkeit

Die 5 Maturity Levels



	helpful	harmful
internal view (attributes of the company)	STRENGTH	WEAKNESSES
external view (attributes of the environment)	OPPORTUNITIES	THREATS

Key Points
Welche Punkte sind zentral und von grösster Wichtigkeit?

Missing Issues
Welche Themen fehlen / sind nicht adressiert?

Fragestellung:
Wie beurteile ich die Strategie/ das Konzept hinsichtlich der SWOT-Kriterien ?

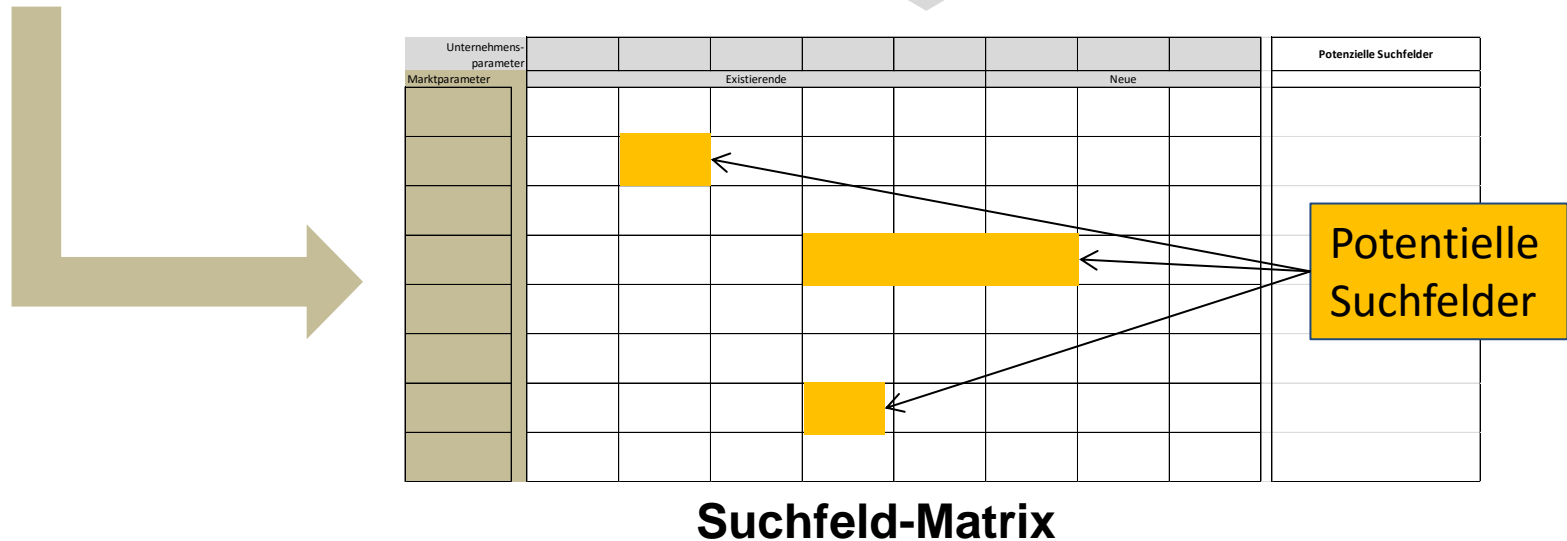
Ein Innovations-Suchfeld ergibt sich wenn ein Marktparameter auf einen oder mehrere Unternehmensparameter trifft.

Marktparameter

- Marktsegmente
- Kundengruppen
- Kundenbedürfnisse

Unternehmensparameter

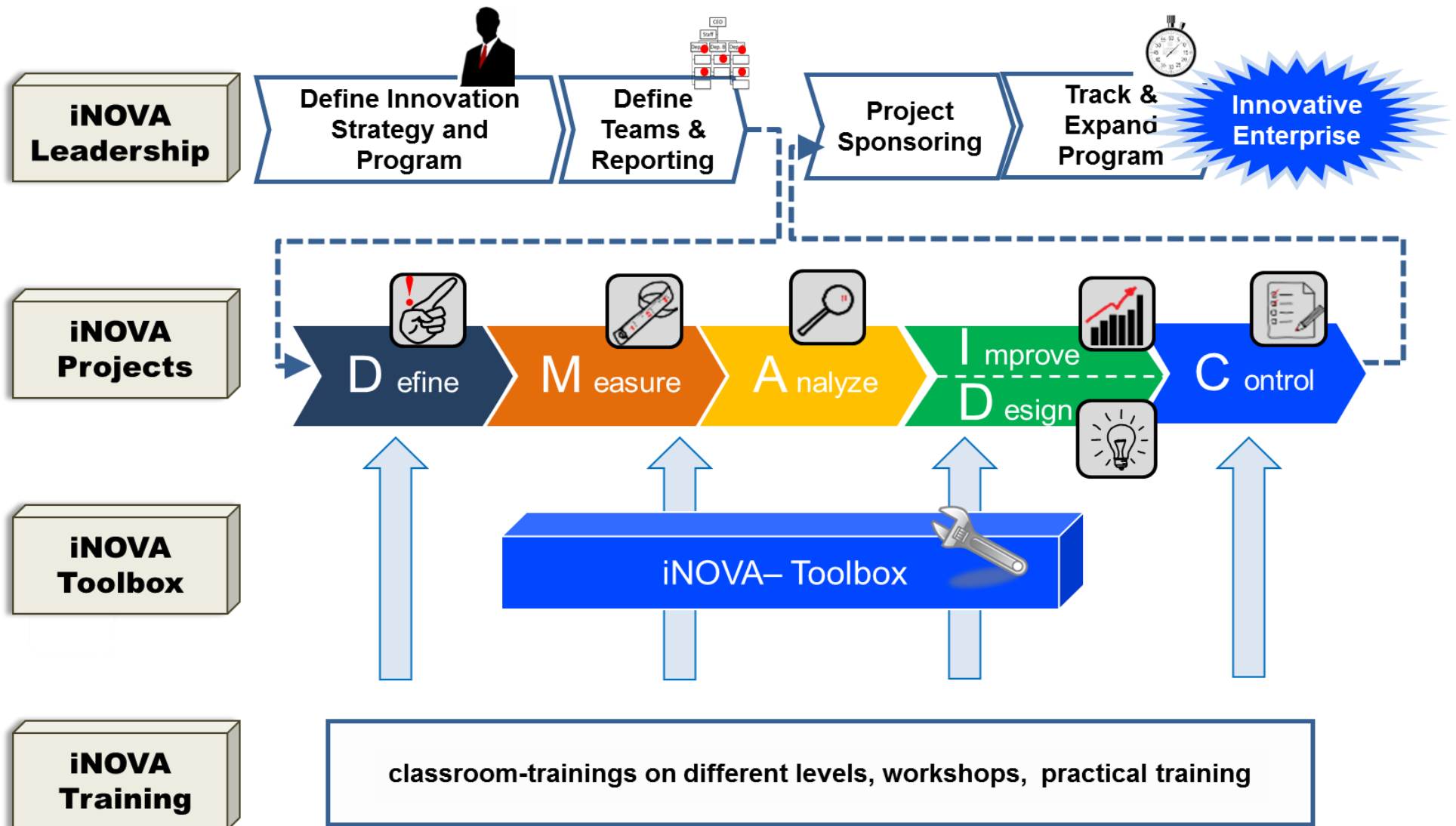
- Vertriebskanäle / Marktzugänge
- Technische Kompetenzen
- Produkte und/oder Dienstleistungen
- Technologien / Technische Kompetenzen



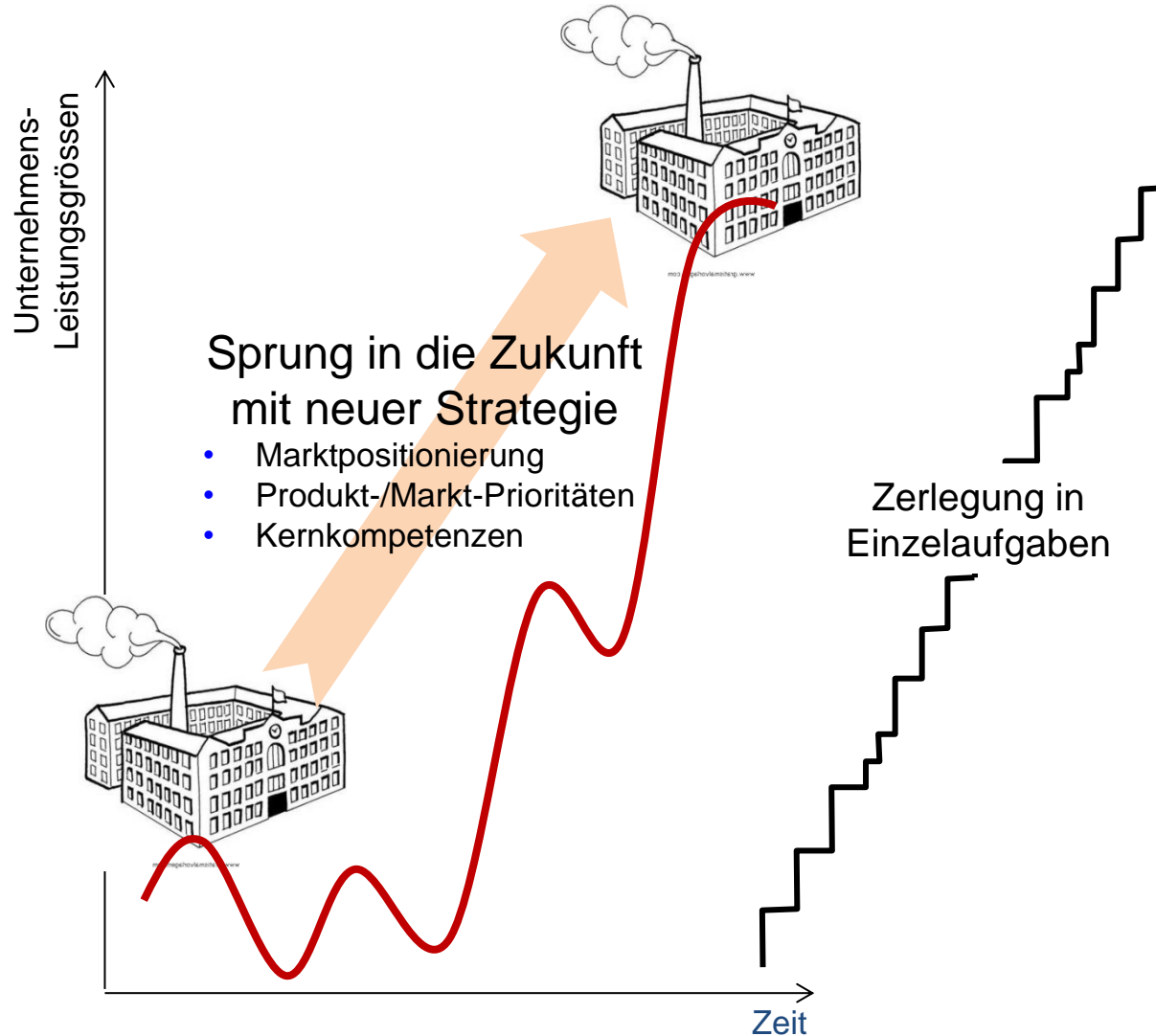


	Originäres Kundenbedürfnis	Sekundäres Kundenbedürfnis	Tertiäres Kundenbedürfnis
Definition	Ursprüngliches oder Grundbedürfnis .	Produkte / Instrumente, die das primäre Kundenbedürfnis befriedigen.	Eigenschaften oder Produktmerkmale , die der Kunde in Verbindung mit dem Produkt wünscht.
Beispiel Wörterbuch	Kommunikation in fremden Sprachen.	Wörterbuch, elektronischer Translator, Sprachsoftware, Dolmetscher etc.	Schnelles Finden, Ergonomie, Schutzumschlag.
Fragestellungen	Vorsteuergrösse. Hat in der Regel über Zeit Bestand, kann aber sehr unterschiedliche Bedürfnisintensitäten aufweisen	Sind neue Lösungsmöglichkeiten denkbar, z.B. durch Substitution? Kann man dadurch Erfolgspotenziale neue aufzubauen?	Diese sog. tertiären Bedürfnisse gilt es besser zu erfüllen als dies Produkte der Konkurrenz zu tun vermögen.

Innovations-Programme steuern mit der Innovation Roadmap

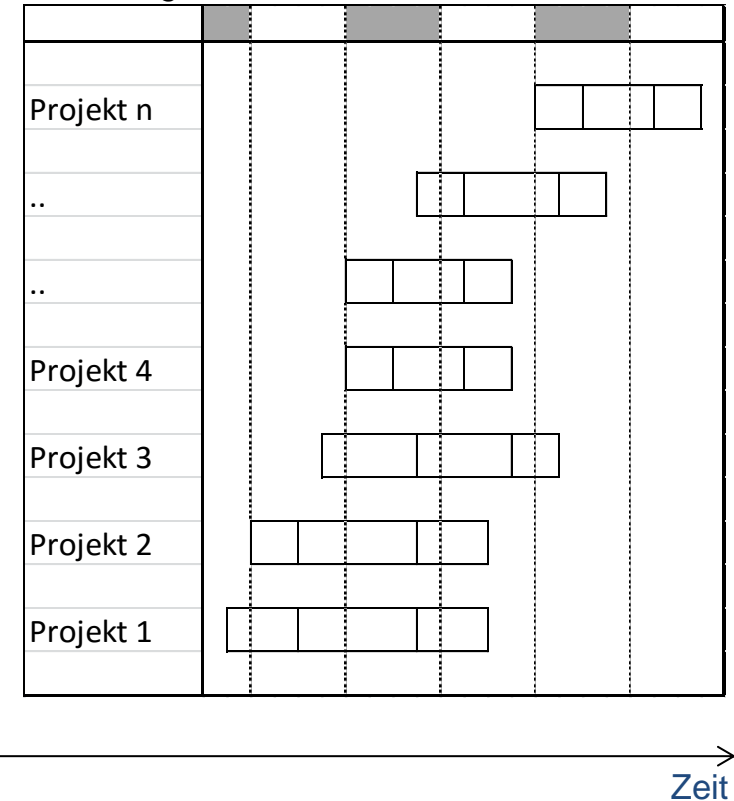


Strategy Projects - Werkzeug zur erfolgreichen Strategie-Umsetzung

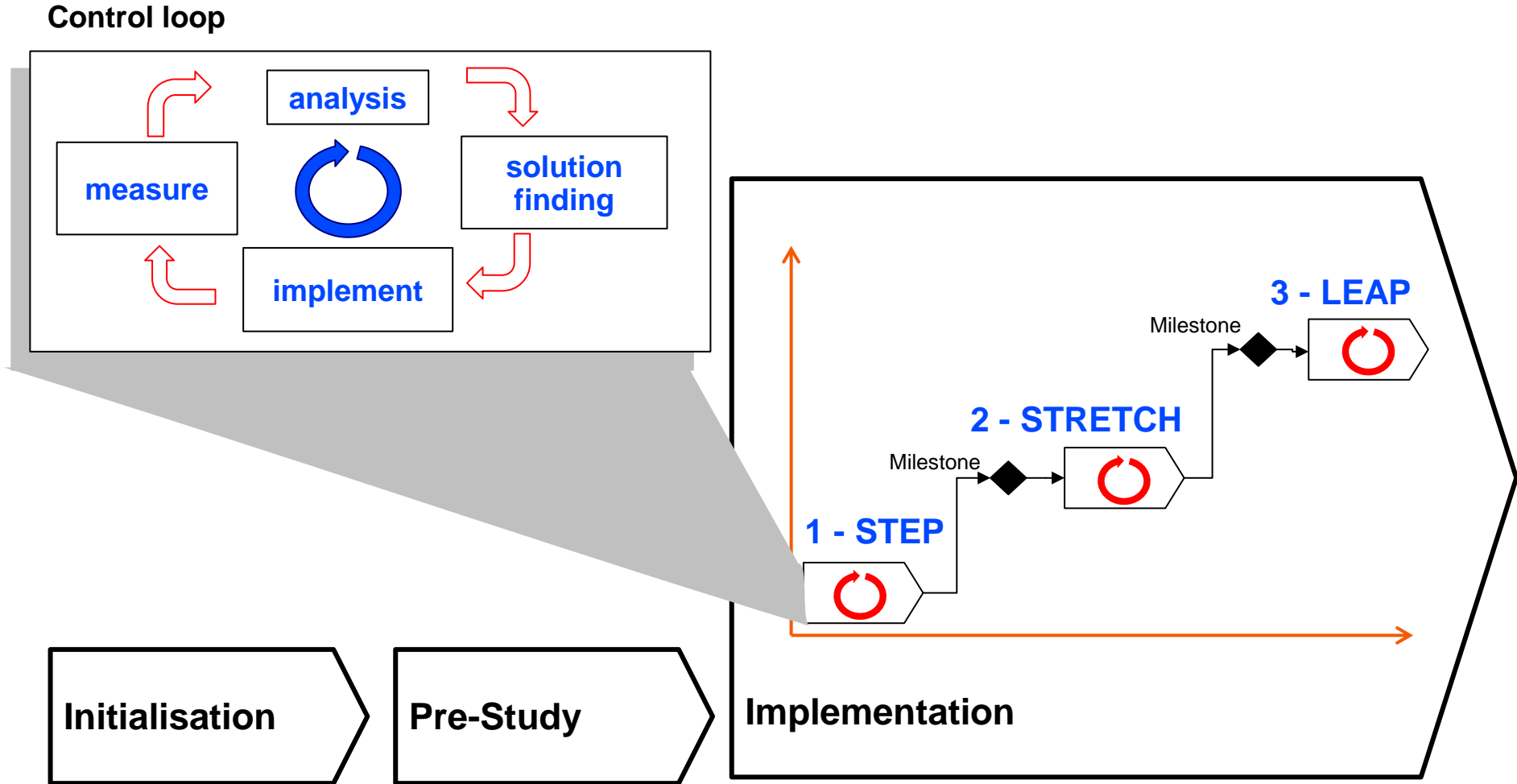


Umsetzung mit einzelnen «Strategy Projects»

- Top-Down
- Parallel
- Erfolgskontrolle



Controlled Step-by-Step Implementation



bloechlinger engineering
Strategy Projects

bloechlinger engineering AG
Laurenzenvorstadt 103
CH-5000 Aarau

Tel.: +41 (0)62 822 01 90
Mobil: +41 (0)79 506 55 83

info@b-engineering.ch
www.b-engineering.ch

