

Raimund Schmolze

Unternehmen Idee

Wie kundenorientierte Produktentwicklung zum Erfolg führt

2011, Paperback, 191 Seiten, durchgehend 4farbig mit zahlreichen Abb.

D 24,99 € / A 25,70 / CH 35,90 Fr.*

ISBN 978-3-593-39475-6

Erscheinungstermin/Sperrfrist: 12. September 2011

Gute Produktideen sind heute für jedes Unternehmen das A und O, um am Markt zu bestehen. Raimund Schmolze zeigt in seinem außergewöhnlichen Buch, wie man innovative Produkte entwickelt – vom Konsumentenbedürfnis bis zur Marktreife.

Unternehmen, die in gesättigten Märkten aktiv sind, müssen immer wieder besser und außergewöhnlicher sein als die Konkurrenz, um im Kampf um Kunden zu bestehen. Die Geschwindigkeit, in der Produkte auf den Markt kommen und kläglich untergehen, nimmt immer weiter zu. Der Druck auf Produkt- und Serviceentwickler steigt und weltweit stehen Unternehmen vor denselben Fragen: Womit können sie die Kunden in Zukunft begeistern? Entsprechen ihre Produkte und Services noch den Wünschen der Konsumenten? Wie findet man heraus, was der Kunde wirklich will und wie entwickelt man Produktideen, die sich an diesen Wünschen orientieren?

Raimund Schmolze gibt Antworten auf diese Fragen. Er demonstriert am Modell des Creation Centers, wie Inspiration und Innovation heute funktionieren: Beobachtung, Ideenfindung, Konzeption und Markttransfer – so erkennen Trendsetter-Unternehmen die verborgenen Wünsche ihrer Kunden, testen Produkte mithilfe von Prototypen und sind durch ihren konsequenten Kundenfokus wirtschaftlich erfolgreich. Ausgangspunkt ist immer der Alltag des Konsumenten. Der Autor zeigt, wie man in die Lebenswelt der Kunden eintaucht und daraus Erkenntnisse über die Bedürfnisse der Kunden ableitet.

Das Buch ist lebendig, überraschend und durchgehend vierfarbig gestaltet und bietet Produktentwicklern, Designern sowie Leserinnen und Lesern aus dem PR- und Marketingbereich praxisnahe Informationen zur Produktinnovation.

Der Autor

Dr. Raimund Schmolze leitet seit 2007 das Creation Center der Deutschen Telekom, eine Einheit zur systematischen Entwicklung von Produktideen. Er hat an der London School of Economics in Psychologie promoviert und vor seiner Tätigkeit bei der Deutschen Telekom als Berater bei McKinsey & Company gearbeitet.

Kontakt

Heike Kronenberg, 069-976516-25, kronenberg@campus.de

Campus Verlag GmbH
Presseabteilung
Kurfürstenstraße 49
60486 Frankfurt/Main
Tel. 069 976516-20
Fax 069 976516-78
presse@campus.de
www.campus.de