

Von der Geschäftsidee zum Markterfolg

Marktorientierte Produktentwicklung für
innovative Gründer und Jungunternehmer

von

Erich J. Schwarz

Rita Dummer

Ines Krajger

HOCHSCHULE
LIECHTENSTEIN
Bibliothek

Ende
international

Inhalt

Über diesen Leitfaden	7
Für wen ist dieser Leitfaden?.....	7
Worin besteht der Nutzen des Leitfadens?.....	7
Was kann er nicht leisten?.....	7
Wie ist der Leitfaden* aufgebaut?.....	8
Das Wichtigste auf einen Blick	11
Die Arbeitsblätter.....	11
Die Kreativitätstechniken.....	12
Abschnitt A: Grundlagen [^]	13
Merkmale junger innovativer Unternehmen.....	13
Markt- und Kundenorientierung als Schlüsselbegriffe.....	15
Kundenbedürfnisse erkennen.....	16
Kundennutzen schaffen.....	18
Der marktorientierte Produktentwicklungsprozess.....	19
Abschnitt B: Von der Geschäftsidee zum Produkt	21
Phase 1: Die Geschäftsidee grob prüfen.....	21
Checkpoint 1: Ist meine Geschäftsidee plausibel?.....	28
Phase 2: Das marktliche und technische Potenzial analysieren.....	29
Ist der angestrebte Markt attraktiv?.....	31
Ist/sind die benötigte(n) Technologie(n) verfügbar und attraktiv?.....	54
Checkpoint 2: Sind der Markt und die Technologie(n) attraktiv?.....	58
Phase 3: Das Geschäftsmodell ausarbeiten.....	59
„Was werde ich meinen Kunden bieten?“ - Das Nutzenversprechen.....	63
„Wie werde ich mein Produkt erstellen?“ - Die Wertschöpfungsarchitektur.....	75
„Wie werde ich mein Produkt an den Kunden bringen?“ - Die Kundenschnittstelle.....	83
„Wie werde ich Gewinne erzielen?“ - Die Ertragsmechanik.....	86
Checkpoint 3: Ist das Geschäftsmodell schlüssig?.....	91
Phase 4: Einen Prototyp entwickeln und testen.....	92
Checkpoint 4: Kann das Produkt zur Produktion und Kommerzialisierung freigegeben werden?.....	102
Abschnitt C: Vom Produkt zum nachhaltigen Markterfolg	103
Wie führe ich mein Produkt erfolgreich und kostengünstig in den Markt ein?.....	103
Wie sichere ich den Markterfolg auch in der Zukunft?.....	108
Wissen über die Kunden einholen.....	111
Mit Kunden sowie potenziellen Nutzern zusammenarbeiten.....	113
Wie kann ich das Internet für die marktorientierte Produktentwicklung nutzen?	116
Virtuelle Communitys als Wissensquelle.....	116
Anhang	121

6 • Inhaltsverzeichnis

Literatur».....	127
Verwendete Literatur.....!	127
Literatur in Abschnitt A.....	127
Literatur in Abschnitt B.....:	128
Literatur in Abschnitt C.....T.....;	134
Verwendete Literatur insgesamt.....	136
Die Literaturtipps auf einen Blick.....	142
Anmerkungen.....'.....	143
Stichwortverzeichnis.....	149