

Robert G. Cooper

Top oder Flop in der Produktentwicklung

*Erfolgsstrategien:
Von der Idee zum Launch*

Deutsch von Julia Gockel, Wolfgang Drescher und Rainer Zube



**WILEY-
VCH**

WILEY-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA

Inhalt

Vorwort XV

Kapitel 1

Allein der Sieg zählt 1

Der Krieg um neue Produkte 1

Erfolgsfaktor Geschwindigkeit – Strategie und Taktik

Die Besten gewinnen mit neuen Produkten 5

*Erfolg hat seinen Preis – Ihr Unternehmen ist so viel wert wie Ihre Investitionen –
Die Antriebskräfte der Innovation*

Ihre Chancen zu scheitern sind großartig! 11

Was ist wirklich »neu« an neuen Produkten? 13

Marktauftritt und Innovationsbereitschaft 15

Ein neues Spiel – mischen Sie mit! 18

Kapitel 2

Knackpunkte und Fallstricke 21

Die Leichen in unserem Keller 21

Lernfaktor Fehleranalyse 22

*Häufige Gründe, warum neue Produkte scheitern müssen – Checkliste: Was können Sie
besser machen?*

Die häufigsten Schwachpunkte neuer Produkte 26

Stiefkind Marketing

Die häufigsten »faulen Ausreden« – und wie man sie kontert 30

13 Schlüsselaktivitäten, die bei der Entwicklung neuer Produkte durchgeführt werden müssen 31

Erstes Screening – Vorläufige Markteinschätzung – Beurteilung der technologischen Realisierungsmöglichkeit – Eingehende Marktanalyse – Finanzanalyse – Produktentwicklung – Firmeninterne Testphase – Test des Produktes durch ausgewählte Kunden – Tests am Markt – Die Versuchsproduktion – Umsatzanalyse vor dem Verkaufsstart – Beginn der Produktionsphase – Der Marktstart (Roll-out)

Können Sie es sich wirklich leisten, Ihre Ressourcen einfach zu verschleudern? 37

Wiederholen Sie nicht die Fehler der anderen! 41

Kapitel 3

Was unterscheidet Gewinner und Verlierer? 43

Die richtigen Produkte richtig machen 43

Die Schlüssel zum Erfolg neuer Produkte 45

Erfolg versus Fehlschlag 46

Die erste NewProd-Studie – Das Stanford Innovation Project – Die Booz-Allen & Hamilton-Untersuchung – Die Hewlett-Packard-Untersuchungen – Die Struktur der Organisation

Sieger versus Verlierer: Neuere NewProd-Untersuchungen 54

Acht Schlüsselfaktoren bestimmen den Erfolg – Ausführungsqualität – Die Bedeutung internationaler Ausrichtung – NewProd in der chemischen Industrie

Benchmarking-Studien der besten Praktiken 67

Die Ecksteine des Abschneidens – Die PDMA-Benchmarking-Untersuchung – Die PDMA-Untersuchung über die besten Praktiken

Was macht den Sieger aus? 83