

[Read free] Ideengenerierung mit Konsumenten im Internet (Betriebswirtschaftslehre für Technologie und Innovation)

## Ideengenerierung mit Konsumenten im Internet (Betriebswirtschaftslehre für Technologie und Innovation)

Von Jan Henrik Soll

ebooks | Download PDF | \*ePub | DOC | audiobook



 Download

 Read Online

Produktinformation -Verkaufsrank: #3878232 in BcherMarke: Deutscher UniversittsverlagVerffentlicht am: 2006-11-24Abmessungen: 8.39 x .67b x 5.87l, .0 Pfund Einband: Taschenbuch246 Seiten | File size: 51.Mb

**Von Jan Henrik Soll : Ideengenerierung mit Konsumenten im Internet (Betriebswirtschaftslehre für Technologie und Innovation)** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Ideengenerierung mit Konsumenten im Internet (Betriebswirtschaftslehre für Technologie und Innovation):

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. User-Generated-InnovationsVon Ralf T. KreutzerEine Herausforderung besteht für alle Unternehmen: Wie kann die Flopquote, die im Schnitt um 75% liegt und in Teilmrkten auf 99% ansteigt, reduziert werden? Eine - im Marketing

durchaus naheliegende - Zauberformel lautet: Binde Deine Kunden in den Innovationsprozess mit ein. Aber wie kann das konkret erfolgen? Auf diese Frage liefert die Arbeit von Soll interessante und lesenswerte Antworten. Welche Kunden sollten in den Prozess eingebunden werden? Wie kann ein Screening der Ideen erfolgen? Welche Anreizmechanismen sind einzusetzen, um die Kunden zu kreativen Ergüssen zu motivieren? Welche Charakteristika weisen die besonders "ergiebigen" Lead-User auf - und wie finde ich sie? In Summe: Eine anspruchsvolle Lektüre, die wertvolle Anregungen für den Einstieg in den Kreativdialog mit dem Kunden liefern kann.

**Kurzbeschreibung** Jan Henrik Soll entwickelt eine Methode, wie Unternehmen systematisch Kundenbedürfnisse aufdecken und Ideen für neue Produkte gewinnen können. Durch den Einsatz von Methoden der virtuellen Kundeneinbindung, also der Nutzung des Internets zur Einbindung von Konsumenten in die Produktentwicklung durch ein Unternehmen, können Konsumenten in großer Zahl an der Entwicklung von Produktideen beteiligt werden.  
**Buchrückseite** Der Markterfolg eines Produktes hängt davon ab, wie gut es die Bedürfnisse der Konsumenten erfüllt. Obwohl diese Tatsache allgemein bekannt ist, erfüllen viele Neuprodukte die Absatzerwartungen nicht. Grund dafür ist, dass die zuverlässige Erkennung von Kundenbedürfnissen in Konsumgütermärkten sehr aufwendig ist. Der Einsatz von Methoden der virtuellen Kundeneinbindung, also der Nutzung des Internets zur Einbindung von Konsumenten in die Produktentwicklung durch ein Unternehmen, kann Abhilfe schaffen. Konsumenten können so in großer Zahl an der Entwicklung von Produktideen beteiligt werden. Jan Henrik Soll entwickelt eine Methode, wie Unternehmen systematisch Kundenbedürfnisse aufdecken und Ideen für neue Produkte gewinnen können. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Frage, welche Eigenschaften Konsumenten haben, die wertvolle Produktideen ermitteln. Es wird gezeigt, dass nicht nur Lead User besonders gute Beiträge leisten können. **Der Autor und weitere Mitwirkende** Dr. Jan Henrik Soll promovierte bei Prof. Dr. Holger Ernst am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insb. Technologie- und Innovationsmanagement der WHU - Otto Beisheim School of Management in Vallendar. Er ist Financial Analyst bei der Deutschen Shell Holding GmbH in Hamburg.