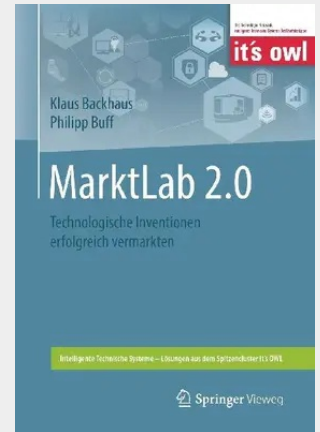


MarktLab 2.0

Technologische Innovationen erfolgreich vermarkten

Das vorliegende Buch fasst die Projektergebnisse der Nachhaltigkeitsmaßnahme "Marktorientierung" zusammen. Marktorientierung als Maßnahme zur Nachhaltigkeit sichert den Erfolg technologischer Neuentwicklungen, als Grundlage von Innovationen. Innovationen müssen evidente und latente Bedürfnisse befriedigen und einen Mehrwert zu bestehenden und konkurrierenden Lösungen bieten. Daher ist es unabdingbar, die Kundenpräferenzen bereits im Innovationsprozess zu erfassen und in der Produktentwicklung zu berücksichtigen. Ergebnisse der Forschung führen zur Entwicklung einer Methodik, mit der Kundenpräferenzen für neuartige technische Lösungen erhoben werden können, die noch nicht real existieren. Unternehmen erhalten damit praxisorientierte Hilfestellungen, um technologische Vorteile in Nutzenvorteile zu überführen. Mit den Ergebnissen können bereits frühzeitig im Innovationsprozess notwendige Anpassungen vorgenommen werden. Kern des Projektes ist ein Planmodul, das speziell für dieses Ziel konzipiert wurde. Die zweite Version (MarktLab 2.0) ist darauf gerichtet, ggf. auch frühzeitig Informationen zu gewinnen und in einem Marktmodell die Möglichkeit zu haben, alternative Lösungsansätze quasi "im Labor" zu testen. Online können ausgewählte Kunden zu Produktentwicklungen befragt werden, Alternativen der Entwicklung sogar schon mit Abgabepreisen dargestellt werden und eine Präferenzrangfolge erhoben werden. Soweit nötig wird dazu auf virtuelle Realität als Darstellungsform zurückgegriffen.

Das vorliegende Buch fasst die Projektergebnisse der Nachhaltigkeitsmaßnahme "Marktorientierung" zusammen. Marktorientierung als Maßnahme zur Nachhaltigkeit sichert den Erfolg technologischer Neuentwicklungen, als Grundlage von Innovationen. Innovationen müssen evidente und latente Bedürfnisse befriedigen und einen Mehrwert zu bestehenden und konkurrierenden Lösungen bieten. Daher ist es unabdingbar, die Kundenpräferenzen bereits im Innovationsprozess zu erfassen und in der Produktentwicklung zu berücksichtigen. Ergebnisse der Forschung führen zur Entwicklung einer Methodik, mit der Kundenpräferenzen für neuartige technische Lösungen erhoben werden können, die noch nicht real existieren. Unternehmen erhalten damit praxisorientierte Hilfestellungen, um technologische Vorteile in Nutzenvorteile zu überführen. Mit den Ergebnissen können bereits frühzeitig im Innovationsprozess notwendige Anpassungen vorgenommen werden. Kern des Projektes ist ein Planmodul, das speziell für dieses Ziel konzipiert wurde. Die zweite Version (MarktLab 2.0) ist darauf gerichtet, ggf. auch frühzeitig Informationen zu gewinnen und in einem Marktmodell die Möglichkeit zu haben, alternative Lösungsansätze quasi "im Labor" zu testen. Online können ausgewählte Kunden zu Produktentwicklungen befragt werden, Alternativen der Entwicklung sogar schon mit Abgabepreisen dargestellt werden und eine Präferenzrangfolge erhoben werden. Soweit nötig wird dazu auf virtuelle Realität als Darstellungsform zurückgegriffen.



74,99 €

70,08 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783662551516

Medium: Buch

ISBN: 978-3-662-55151-6

Verlag: Springer

Erscheinungstermin: 20.05.2019

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2019

Serie: Intelligente Technische Systeme – Lösungen aus dem Spitzencluster it's OWL

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 307 g

Seiten: 155

Format (B x H): 168 x 240 mm

