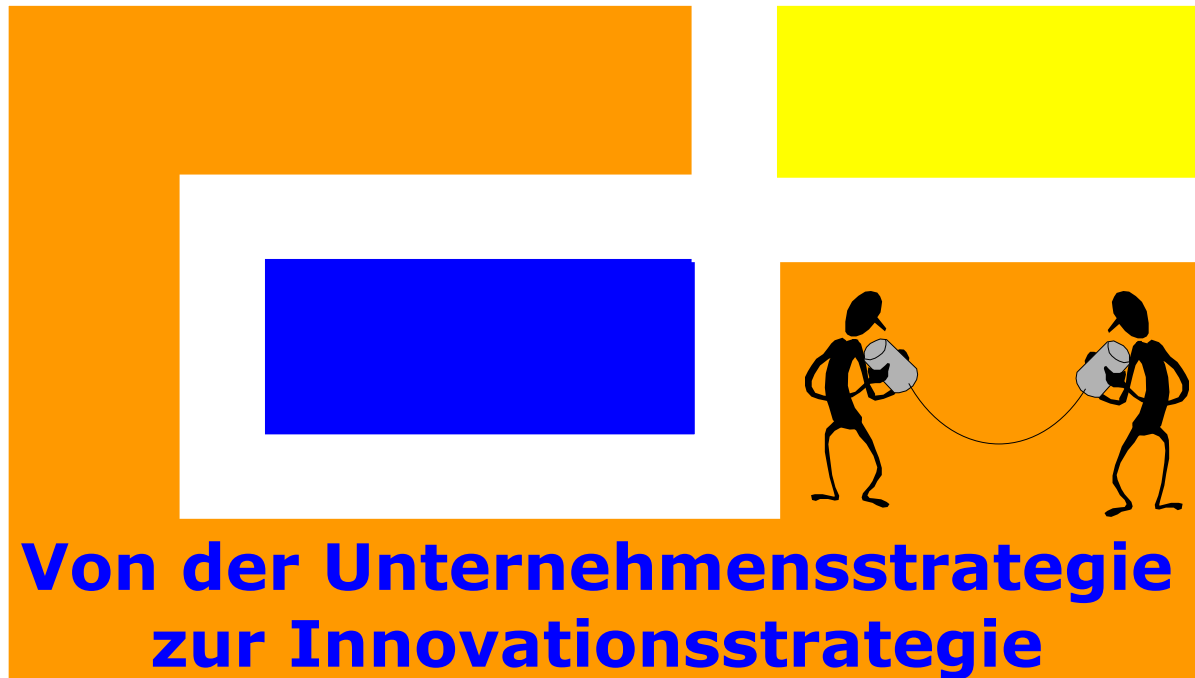


ERKENNEN – AUSSCHÖPFEN – VERBLÜFFEN – ERKENNEN – AUSSCHÖPFEN – VERBLÜFFEN – ERKENNEN –

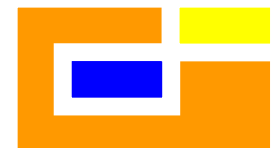


orangecosmos

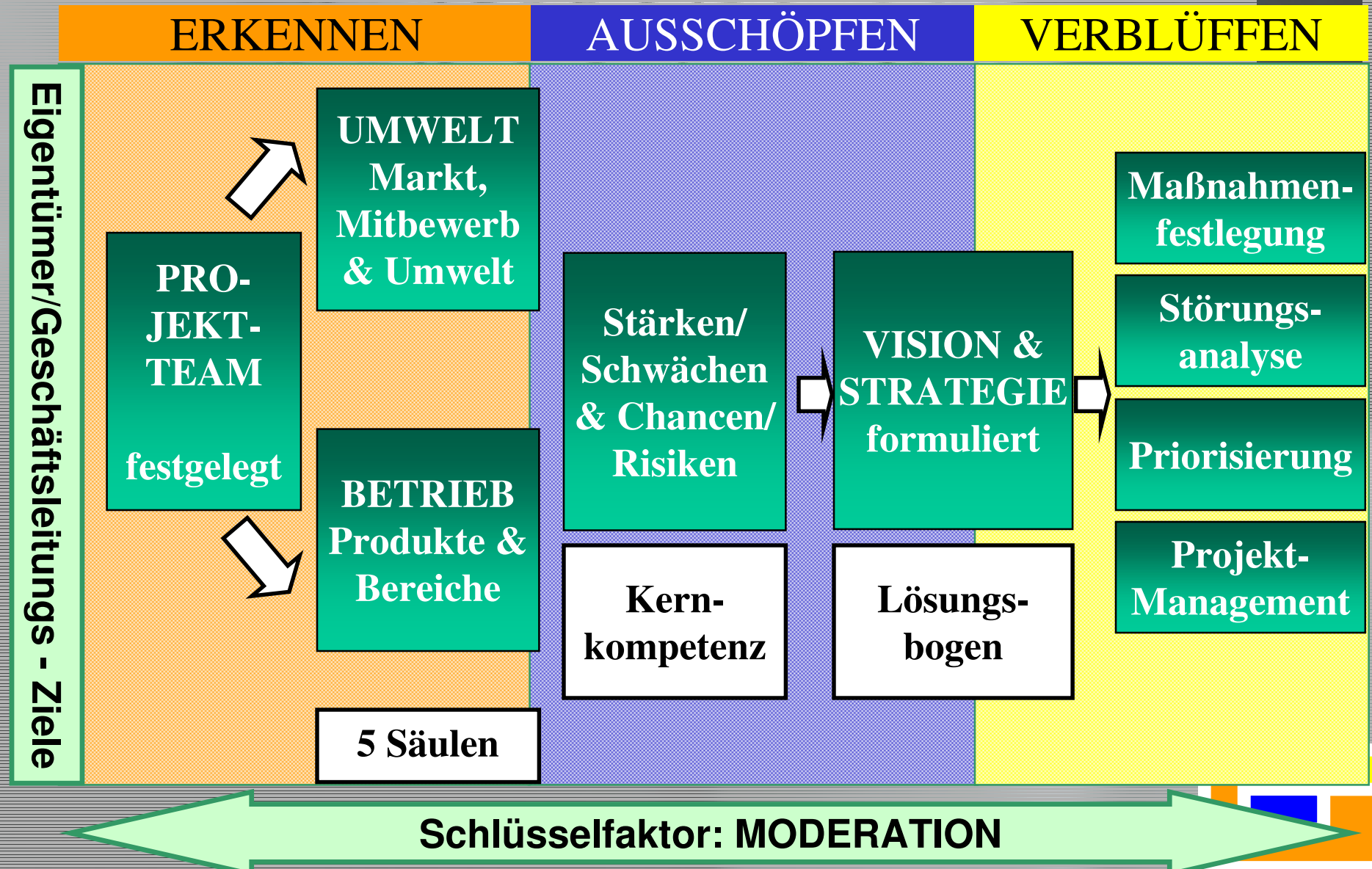
ERKENNEN – AUSSCHÖPFEN – VERBLÜFFEN

Mag. Harald Schützinger, 0664/241 39 80,

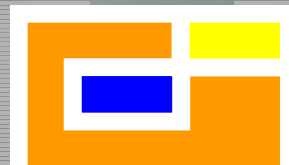
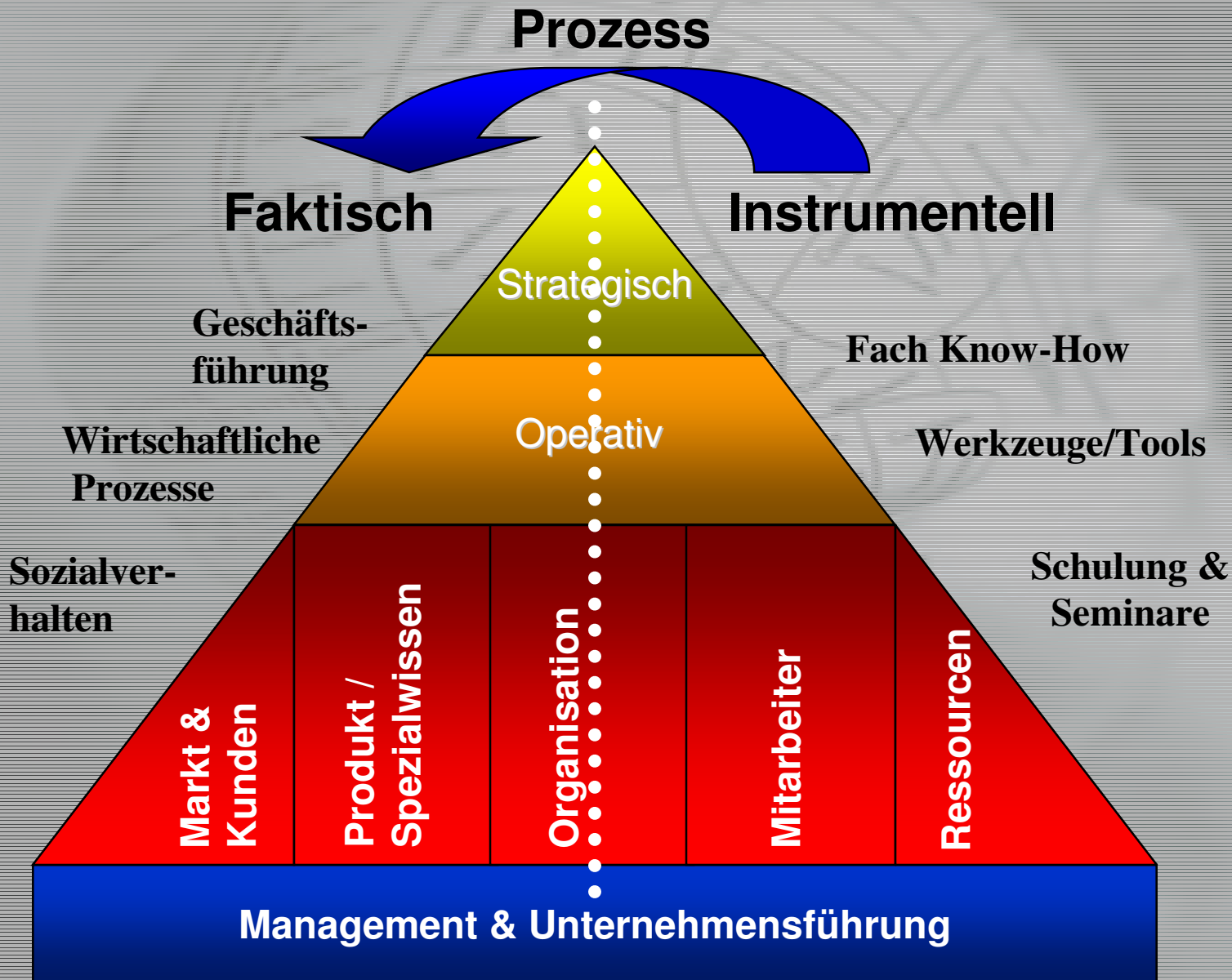
Holzstraße 20, 4181 Oberneukirchen, schuetzinger@orange-cosmos.com



Unternehmensstrategie - Entwicklung & -umsetzung

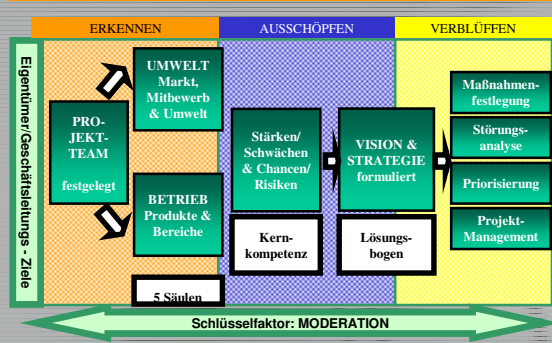


DIE 5 SÄULEN – Strategieentwicklung ganzheitlich



UNTERNEHMENSSTRATEGIE WEGEN WACHSTUM

Unternehmensstrategie - Entwicklung & -umsetzung



UNTERNEHMENSSTRATEGIE

IMMER ZUM ZWECKE DES

WACHSTUM S

und die 4 Wachstums-Chancen sind:

Nutzen erhöhen

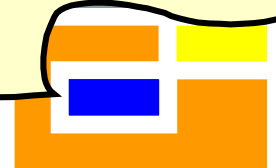
Kunden besser erreichen

Neue Nutzen kreieren

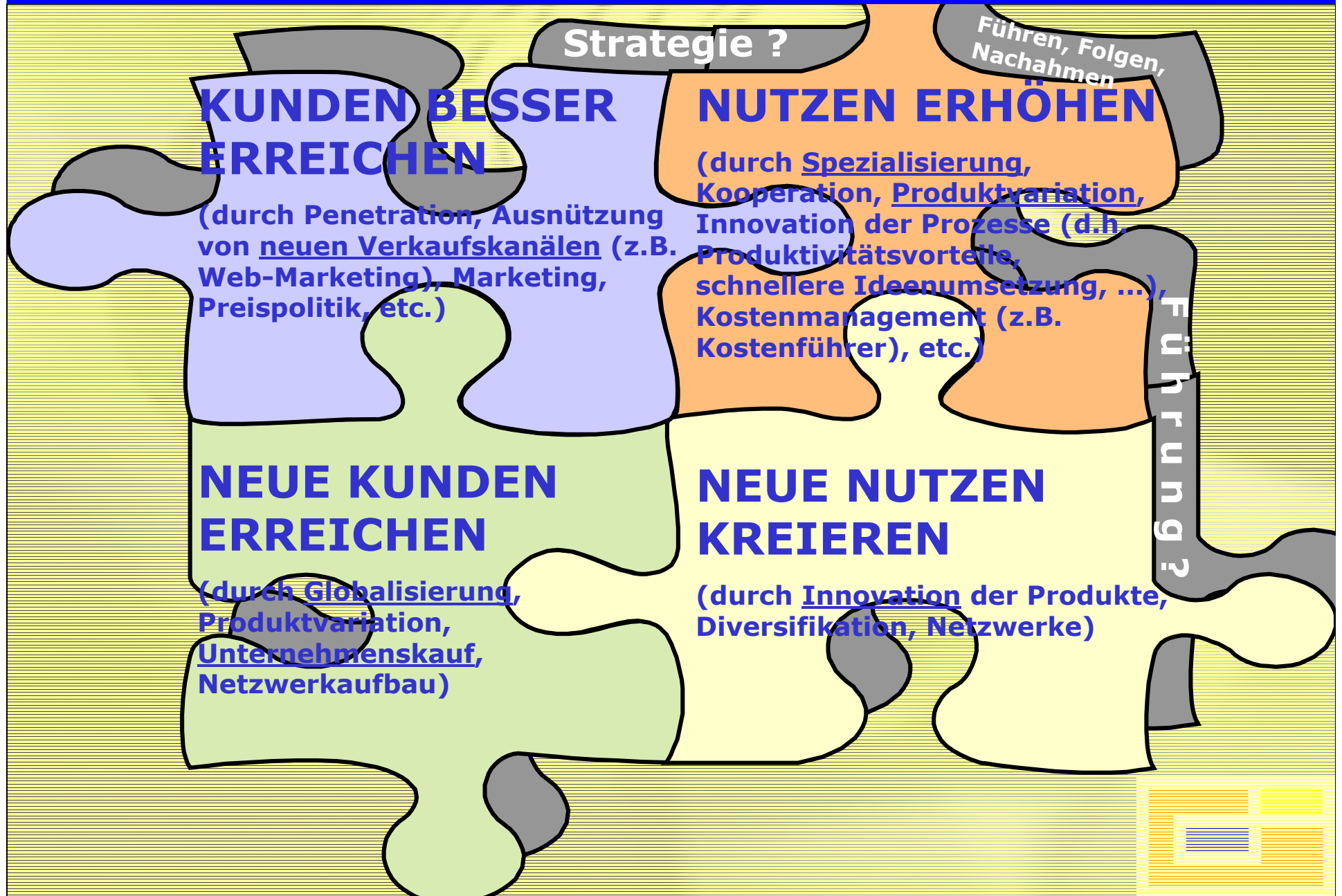
Neue Kunden erreichen

Anmerkung:

Unter Wachstum wird das organische und evolutorische Wachstum verstanden



Die 4 Wachstums-Chancen jedes Unternehmens:



Die 4 Wachstums-Chancen jedes Unternehmens

Wo ist Innovation angesiedelt?

KUNDEN BESSER ERREICHEN

(durch Penetration, Ausnützung von neuen Verkaufskanälen (z.B. Web-Marketing), Marketing, Preispolitik, etc.)

NUTZEN ERHÖHEN

(durch Spezialisierung, Kooperation, Produktvariation, Innovation der Prozesse (d.h. Produktivitätsvorteile, schnellere Ideenumsetzung, ...), Kostenmanagement (z.B. Kostenführer), etc.)

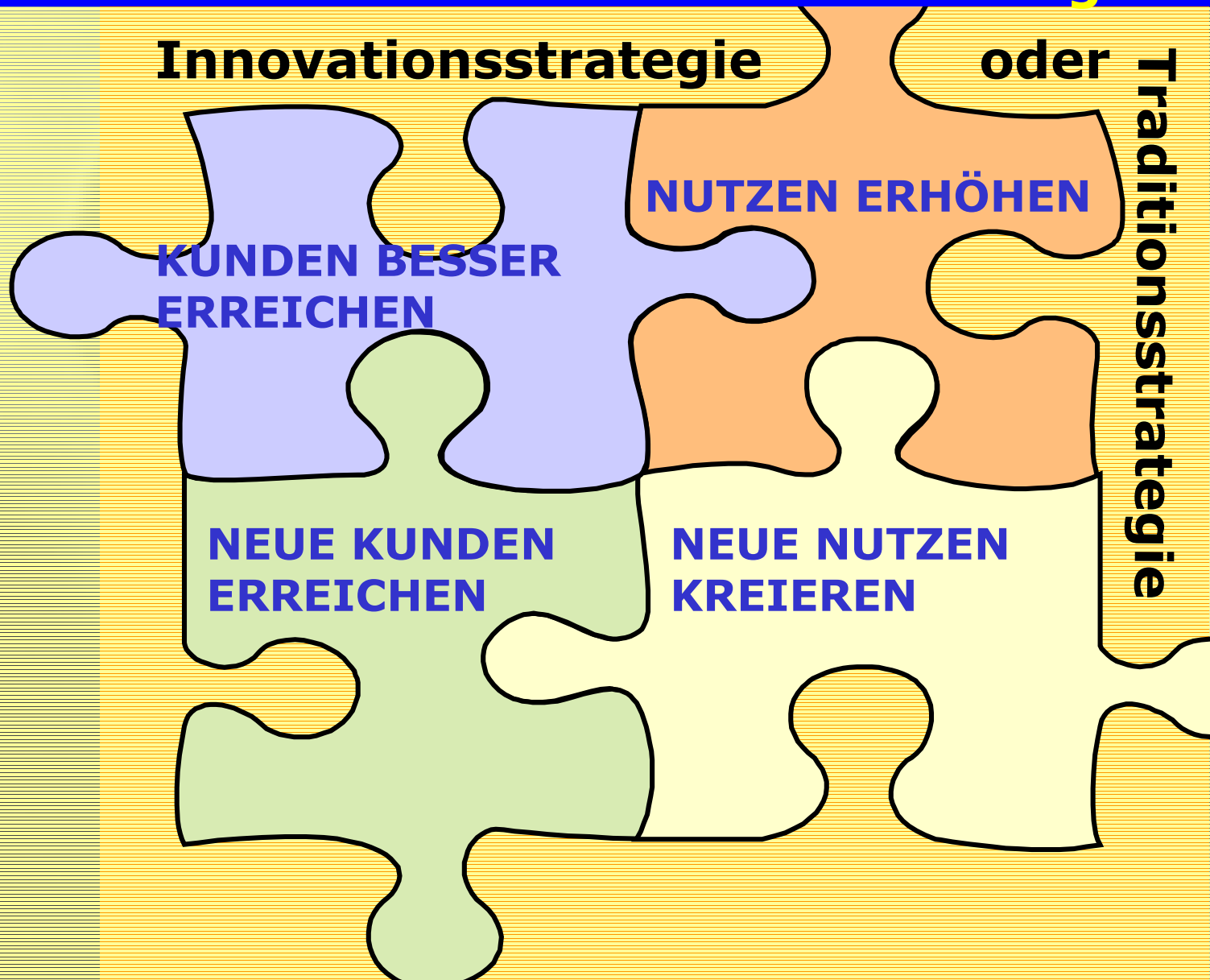
NEUE KUNDEN ERREICHEN

(durch Globalisierung, Produktvariation, Unternehmenskauf, Netzwerkaufbau)

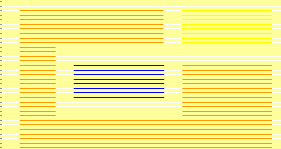
NEUE NUTZEN KREIEREN

(durch Innovation der Produkte, Diversifikation, Netzwerke)

Klare Entscheidung für Innovationsstrategie oder Traditionsstrategie in der Unternehmensstrategie

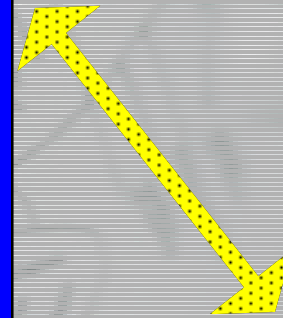
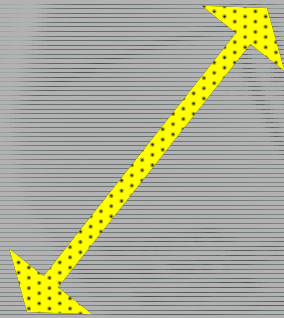


Anmerkung:
Klare Entscheidung für Innovationsstrategie = Neues in diesen Feldern zu generieren und erfolgreich auf den Markt bringen.
Man kann in einem Bereich einer Innovationsstrategie und in anderen Feldern einer Traditionsstrategie folgen.



Zusammenhang Strategie-Wachstum-Innovation:

Die
UNTERNEHMENSSTRATEGIE
soll
das gesunde
WACHSTUM
des Unternehmens sicherstellen



Dies ist möglich in den 4 Wachstumsfeldern durch

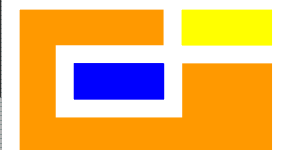
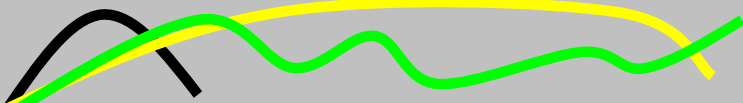
INNOVATIONSSTRATEGIE

In jeglichem Bereich, wo Erneuerung das Wachstum sicherstellt.

Somit ist die Innovationsstrategie ein Muss für Wachstum z.B. aufgrund der Lebenszyklen

TRADITIONSSTRATEGIE

Dort wo momentan keine Erneuerung gebraucht wird.



Innovationstypen

INNOVATIONSBEREICHE

- Produkt – Innovation
- Dienstleistungs - Innovation
- Prozess – Innovation
- Sozial - Innovation

Anmerkung:

Warum 80:20 ?!

Da das Risiko für Durchbruchsinnovationen hoch ist:

Statistisch werden aus 57 Ideen 11 die bewertet werden, wobei hievon ca. 50 % = 5 bis 6 in die Entwicklung gehen. Davon wird in der Regel 1 Produkt erfolgreich.

Entwicklung zu erfolgreichem Produkt liegt bei 1:5

I N N O V A T I O N S P F A D E

DURCHBRUCHSINNOVATION

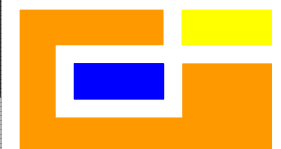
VERBLÜFFEN DURCH
EINMALIGE ENTWICKLUNG

SOLL < 20 %

PERMANENTE INNOVATION

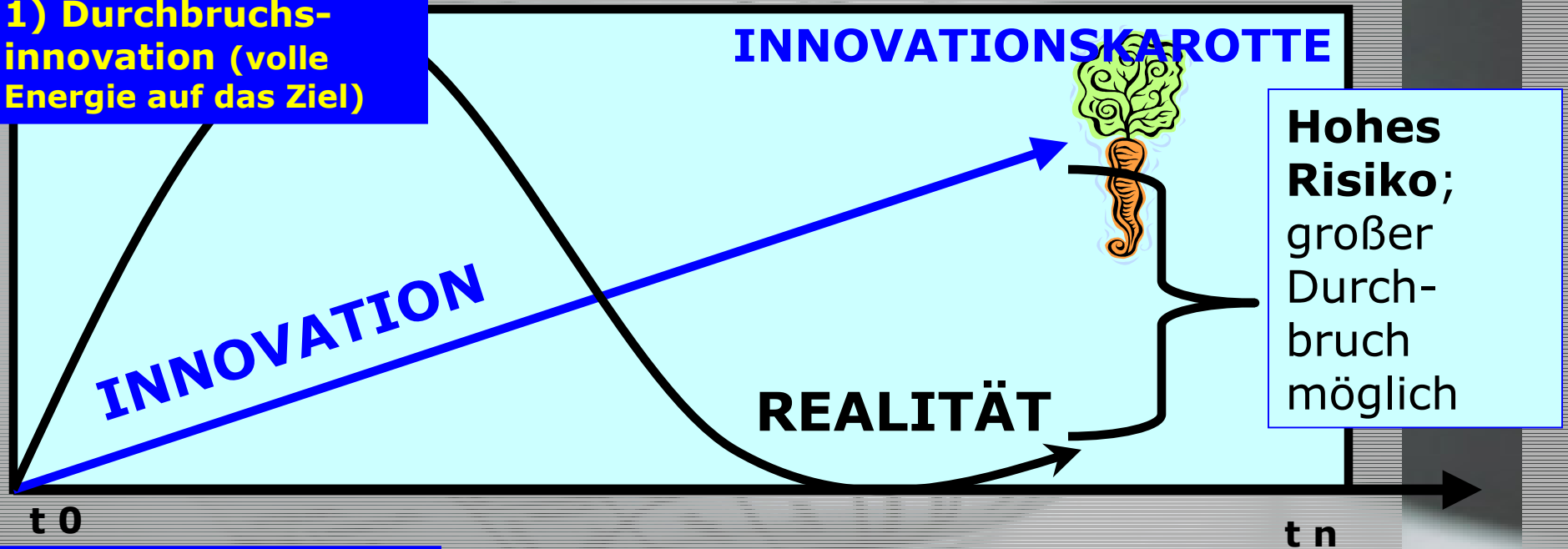
AUSSCHÖPFEN DURCH
PERMANENTE
NUTZENANPASSUNG

SOLL > 80 %

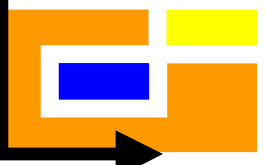
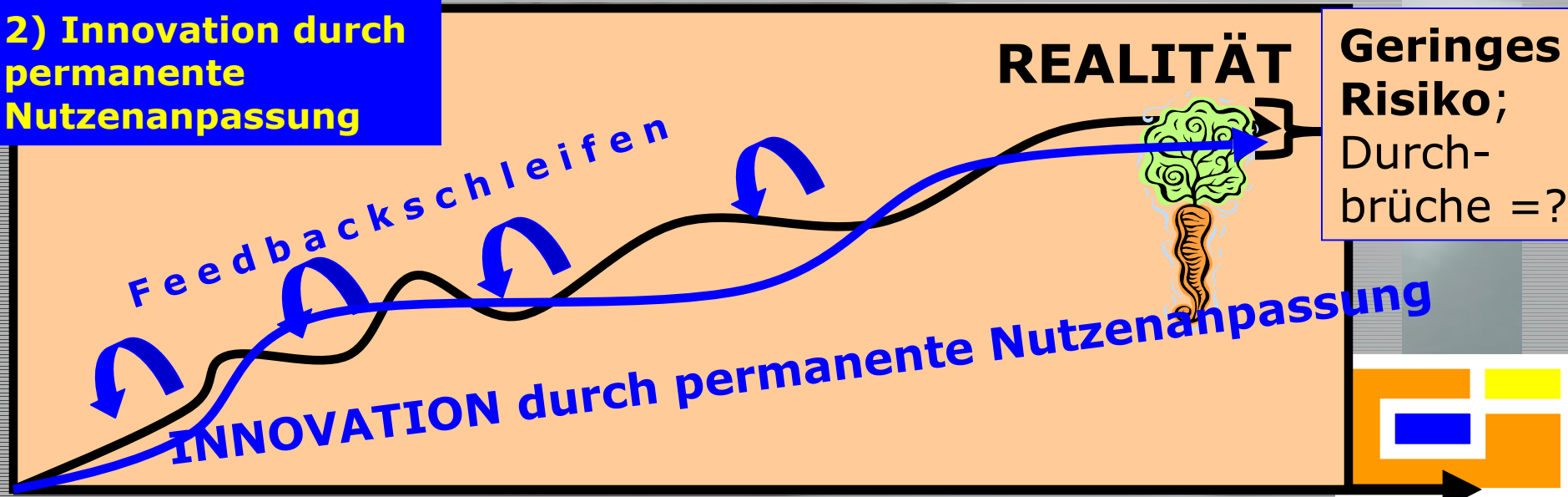


WEGE ZUR INNOVATION

1) Durchbruchsinnovation (volle Energie auf das Ziel)



2) Innovation durch permanente Nutzenanpassung



Voraussetzungen und Wege für die „permanente Nutzenanpassung“

1. Innovationskarotte

(z.B. Ergebnis einer Trendanalyse, Vision, Kundenproblembefragung, etc.)

2. Zielgruppensegmentierung

(d.h. so tief wie möglich und nach den verschiedensten Kriterien die Zielgruppe zerteilen)

3. Kundenproblembefragung

(d.h. das am brennendsten erscheinende Problem der ZG hinterfragen (mittels Befragung oder Workshop))

4. Relevanzprüfung

(d.h. z.B. durch Frage: „Würde bei Problemlösung mein Markt gesicherter und mehr Umsatz generiert?“)

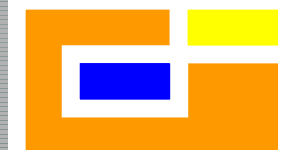
Relevant !

Nicht relevant

5. Problemlösung (d.h. sofern möglich werden die relevanten Probleme gelöst)



Überprüfung der Innovationskarotte



6

Erfolgsfaktoren: Strategie zur Innovation

1. Innovation Follows Strategy

(Traditionsstrategien vs. Innovationsstrategien; Positionierung;
Bewusste Festlegung von Führen, Folgen, Nachahmen in den 4 Wachstumsbereichen)

2. Fokus auf Wachstumschance Nutzenerhöhung

(z.B. Spezialisierung, ...)

3. 20:80 Regel – Durchbruchinnovation versus permanente Nutzenanpassung

4. Priorisierungsregeln

(z.B. „nicht mehr Projekte als Führungskräfte; Erkennen der Hebelprojekte; ...“)

5. Bewusste Nutzung des Innovationsraums

(Beachtung der gesamten Wertschöpfungskette von jedem Beteiligten;
z.B. Einbindung des direkten Kunden und Endkunden durch „Lösungszirkel“)

6. Umsetzung durch Projektteamorganisation

(z.B. „Strukturierung mit selbststeuernden fraktalen Teams, ...“)

Fazit:

"Strategie ohne Kreativität ist der langsamste Weg zum Sieg;

Kreativität ohne Strategie ist der Lärm vor der Niederlage."

Yum Woon Sen

