



IPRO
Institut für
Produktmanagement

Kreative Produktinnovation aktiv planen und steuern

Techniken der Produktentwicklung und -innovation

Den Produktentwicklungsprozess dynamischer gestalten

Nach diesem Seminar wissen Sie:

- ⊕ welche neuen Techniken Sie für die Produktentwicklung nutzen können
- ⊕ in welcher Phase der Produktentwicklung Ihnen die Techniken weiterhelfen
- ⊕ wo die größten Vorteile der vorgestellten Methoden im einzelnen liegen
- ⊕ wie Sie die einzelnen Methoden in Ihrem Unternehmenskontext gezielt einsetzen
- ⊕ wie Sie neue Produkte optimal auf die Marktbedürfnisse ausrichten

Der IPRO-Fachbeirat



Professor Dr. Frank Huber,
Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Marketing I,
Universität Mainz



Dipl.-Ing. Erwin Matys,
Fachbuchautor und Berater für Produktmanagement,
Wien



Michael-Dirk Mielich,
Direktor, Leiter Produktmanagement Kredit,
Commerzbank AG,
Frankfurt



Oliver Wechsler,
European Category Manager,
adidas-Salomon AG,
Herzogenaurach



Dr. Klaus Zander,
Director Europe, Marketing Thermoplastic Polyurethanes (TPU),
Bayer Material Science AG,
Leverkusen



Telefon 06196-585-460
Telefax 06196-585-485
www.ipro-institut.de

Ein Geschäftsbereich der IIR Deutschland GmbH

Termine:

26. – 27.02.2007 Köln
07. – 08.05.2007 Stuttgart
30. – 31.08.2007 Frankfurt/M.

Wer erzielt den durchschlagenden Produkterfolg?

Sehr geehrte Damen und Herren,

der wirtschaftliche Erfolg Ihrer Produkte liegt Ihnen am Herzen und Sie suchen nach neuen Wegen im komplexen Marktgeschehen, die Nase vorne zu haben? Durch geringere Reibungsverluste an den Schnittstellen zu anderen Unternehmensbereichen, durch eine stärkere Kundenorientierung, durch eine fundierte Positionierung des Produkts am Markt und durch große Innovationskraft wird der Erfolg von Produkten beeinflussbar.

Erfahren Sie, wie Sie diesen komplexen Gesamtprozess der Produktentwicklung und -positionierung marktorientiert steuern und alle Beteiligten gewinnbringend mit einbeziehen. Verschaffen Sie sich in diesem Seminar einen Einblick in die für Sie tatsächlich kritischen Erfolgsfaktoren bei der Produktentwicklung und -innovation.

Gestalten Sie Ihre Prozesse marktorientiert und nach den aktuellen Methoden ganzheitlichen Produktmanagements. Nehmen Sie jetzt Ihre Chance wahr und holen Sie sich neue Anregungen für Ihren Produkterfolg.

Ich freue mich darauf, Sie im Seminar zu begrüßen.

Wolf-Dietrich Hutter

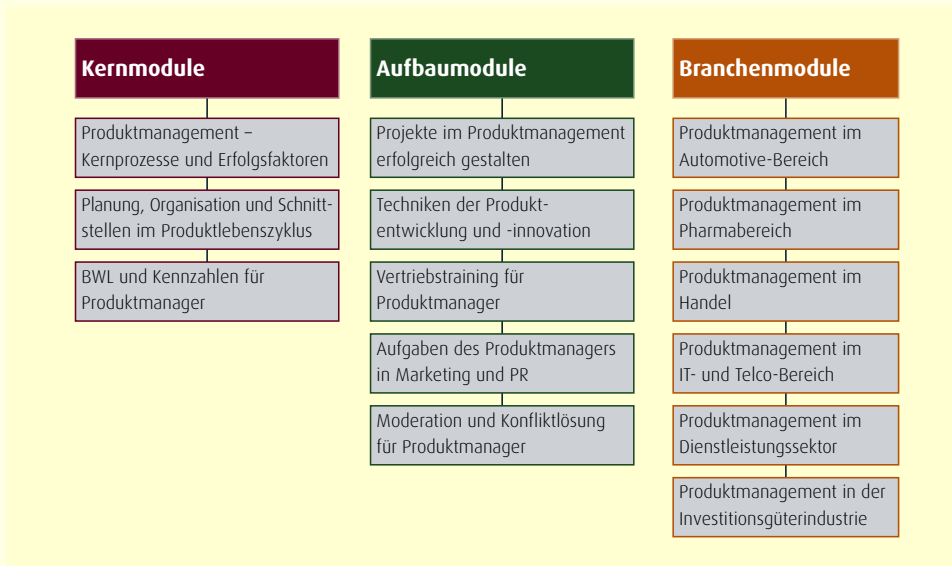
Wolf-Dietrich Hutter
Projektleiter, IPRO-Institut
für Produktmanagement



Ihre persönlichen Vorteile

- Mit kreativen Produktideen schaffen Sie neues Potenzial für Ihr Unternehmen
- Sie strukturieren und optimieren Ihren Produktentwicklungsprozess
- Sie integrieren Wissensmanagement in Ihre Produktentwicklung
- Durch neue Entwicklungstechniken werden Ihre Produkte marktgerechter
- Sie treffen die Erwartungen der Kunden und machen ihre Produkte erfolgreicher
- Sie steuern Kreativ- und Innovationsprozesse aktiv

Das IPRO-Qualifizierungsprogramm



Wir über uns

IIR | deutschland
KONGRESSE & SEMINARE

Mit derzeit über 200 Mitarbeitern, 14 spezialisierten Geschäftsbereichen und rund 2000 Veranstaltungen jährlich ist IIR Deutschland einer der führenden Kongress- und Seminar-Anbieter. Mehr als 500.000 Kunden setzen seit nahezu 20 Jahren auf unsere Qualität. Über aktuellste Inhalte, unbedingten Praxisbezug, kompetenteste Referenten und Trainer, perfekte Organisation und optimalen Service vermitteln wir unseren Teilnehmern einen wirklichen und nachhaltigen Mehrwert. Konsequente Kunden- und Marktorientierung – dafür steht IIR Deutschland.

IPRO
Institut für
Produktmanagement

IPRO – Dahinter steht das Institut für Produktmanagement. In Kooperation mit führenden Experten aus dem Bereich Produktmanagement hat IPRO ein spezielles Qualifizierungsprogramm entwickelt. Das IPRO-Curriculum vermittelt modular und umfassend Praxiswissen und macht Produktmanager fit für ihre Aufgaben.

Weitere Informationen zum IPRO-Curriculum finden Sie im Internet unter www.ipro-institut.de oder sprechen Sie mit unserem **Projektleiter Herrn Hutter** unter **Tel.: 06196/585-1221** oder **whutter@ipro-institut.de**.

Techniken der Produktentwicklung und -innovation

Inhalt

Entwicklungs- und Innovationsaufgaben im Produktlebenszyklus

- Ideenfindung und Planung neuer Produkte
- Identifizierung von entwicklungsrelevanten Markttrends
- Integration neuer Technologien in bestehende Produkte
- Gestaltung der Phasen des Produktentwicklungsprozesses (PEP)
- Wissensmanagement in der Produktentwicklung
- Entwicklung und Darstellung von Produktvarianten und Variantenmanagement
- Ermittlung von Vielfaltskosten/Komplexitätskosten
- Produktstrukturplanung und Modularisierung

Techniken der Produktentwicklung

- Die Einordnung der Ansätze in den Konkreten Verwendungszusammenhang
- Kosten der Produktentwicklung, Komplexitätskosten
- Projektcontrolling in Produktentwicklungsprojekten
- Empirische Ergebnisse zu den einzelnen Ansätzen

Techniken in den frühen Phasen der Produktentwicklung

Techniken für Ideensuche und Innovation

- Kreativitätstechniken zur Festlegung des Suchfeldes für Ideen und zur Anregung von Ideen
- Techniken zur Bewertung der Ideen

Marktbezogene Ansätze:

- Trendforschung: Stärke und Entwicklungsrichtung aktueller Trends ermitteln
- Klassische Marktanalyse: Identifizierung der Bestimmungsgrößen des Marktes, Vorbereitung einer Marktsegmentierung
- Szenariotechnik: Prognose und Bewertung zukünftiger Einflussfaktoren

Workshop:

Wenden Sie die Szenariotechnik unter Anleitung zur Analyse Ihrer Produkte an.

Wettbewerbsbezogene Ansätze:

- Klassische Konkurrenzanalyse: Ermittlung der aktuellen Wettbewerbssituation
- Product reverse engineering/competitive analysis
- Marktsegmentierung: Aufteilung des Marktes, optimale Anpassung

Unternehmensbezogene Ansätze:

- SWOT-Analyse: kombinierte Stärken-Schwächen-Analyse und Chancen-Risiko-Analyse, Ermittlung der unternehmerische Ausgangslage
- Kernkompetenzanalyse und Wertekettenanalyse
- Kundenzufriedenheitsanalyse: Erhebungsmethode zur Ermittlung der Zufriedenheit der Kunden/Konsumenten
- Beschwerdemanagement: Nutzung alternativer Informationsquellen zur Produktverbesserung
- Corporate Intelligence: Gewinnung wettbewerbsrelevanter Informationen

Produktbezogene Ansätze:

- Brainstorming: Wirkprinzipien und Varianten kennen lernen
- Methode 635 (Brainwriting)
- Ideengewinnung: Reizwortmethode, Bioziation, Osborn-Checkliste
- Lead User Analyse für marktorientierte Produktentwicklung
- Shadowing: Analyse der Konsumhandlungen

- Nutzwertanalyse: Bewertung von Produktideen
- Amortisationsrechnung und betriebswirtschaftliche Produktbewertung

Workshop:

Sehen wie effektiv Kreativitätstechniken wirken. An einem ausgewählten Beispiel aus dem Teilnehmerkreis werden Neuproduktideen generiert.

Kapazitäten bezogene Ansätze:

- Zero Base Budgeting: wertanalytische Budgetierungstechnik
- Target Budgeting: Berücksichtigung einer Ziel- und Marktorientierung

Techniken in einer späteren Phase der Produktentwicklung

Techniken für die Ideenvalidierung und -umsetzung

- Techniken zur Anforderungsfestlegung und -konkretisierung
- Konventionelle und rechnergestützte Literaturrecherche
- Kundenbefragung Quantitative vs. Qualitative Methoden
- Kano-Methode: Kundenanforderungen und Kundenzufriedenheit
- Conjoint Analyse: Erfassung von Kundenpräferenzen
- Lastenheft: Zusammenstellung aller Anforderungen
- Quality Function Deployment (QFD)
- Pflichtenheft: Beschreibung der Realisierung

Produkte technisch konzipieren

- Produktmodellierung
- Variantenmanagement: Handlungsfelder kennen lernen und wirksame Tools anwenden
- Modularisierung: Beschreibung der Wirkprinzipien und Strukturierungstools

Produkt entwickeln (Basis)

- Morphologischer Kasten: ein Ordnungsschema und eine Kreativitätstechnik
- Grundregeln der Gestaltung

Integrative Techniken zur Produktentwicklung

Phasenübergreifende Techniken

- Techniken zur Prozessoptimierung und -validierung
- Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen
- Produkteinführung

Wirtschaftlichkeit

- Design To Cost: Entwerfen und Konstruieren nach Kostengesichtspunkten
- Target Costing: Marktseitige Kostenzielbestimmung

Produkttest

- Konzepttest: Testverfahren zur Produktkonzeptüberprüfung
- Produkttest: Produktbewertung durch den Kunden
- Markttest: probeweise Verkauf von Erzeugnissen

Produkteinführung

- Qualitätsworkshop: Förderung schnittstellenübergreifender Zusammenarbeit
- Qualitätszirkel: Kontinuierlicher Prozess der Qualitäts- und Produktivitäts-optimierung

Abschluss-Workshop:

Der Stage Gate Process als Phasenmodell für eine strukturierte Produktentwicklung – Welche Techniken in welcher Entwicklungsphase nützlich sind.

IPRO-Inhouse: Firmeninterne Schulungen mit Branchenbezug

Die Ziele der Inhouse-Schulungen sind branchen- und unternehmensspezifisch: Sie entscheiden über den Ort, den Zeitpunkt und die Art der Durchführung. Handelt es sich um eine Tagesveranstaltung, eine Schulungsreihe oder ein Curriculum mit abschließender Zertifizierung? Sollen Themengebiete vertieft, Defizite ausgeglichen, Fähigkeiten gefördert oder neue Kompetenzen erworben werden?

Lassen Sie uns Ihre Ziele individuell ausarbeiten und formulieren! Ihre Anforderungen werden von uns maßgeschneidert umgesetzt!

Unser Ziel ist es, das Gelernte für Ihre alltäglichen Anforderungen nutzbar zu machen!

Ich freue mich auf ein persönliches Gespräch mit Ihnen!

Stefanie Kühle

Tel. 06196 / 585-1191
Fax 06196 / 585-1190
E-Mail: stefanie.kuehle@iir.de

