

Den Markt für die Innovation finden

Ihre Aufgabenstellung

Sie haben eine technologiebasierte Innovation entwickelt und stehen nun vor der Aufgabe, diese Innovation auf den Markt zu bringen. Vielleicht haben Sie schon erste Kunden für Ihre Innovation, aber Sie sind sich noch nicht über alle Aspekte Ihrer Märkte im Klaren. Sie wälzen möglicherweise Fragen wie diese:



- „Welche Kundengruppen sind an unserer Innovation interessiert?“
- „Welche Probleme oder Engpässe dieser Kunden kann unsere Innovation beseitigen?“
- „Für welchen Nutzen sind diese Kunden bereit wie viel zu bezahlen?“
- „Wie bewerten die Kunden unser Angebot im Vergleich zum Wettbewerb?“
- „Welchen einzigartigen Nutzen von hohem Wert können wir unseren Kunden bieten?“
- „Welche Faktoren hindern die Kunden eventuell an einem Kauf unseres Produktes?“
- „Welche Zielgruppen versprechen daher den schnellsten (bzw. größten, nachhaltigsten) Erfolg?“
- „Wie können wir die Wertschöpfungskette in den gewählten Märkten bestmöglich nutzen?“

Unser Beitrag

Innovendo führt Marktuntersuchungen für Sie durch. Mit einem Netzwerk erfahrener Branchenspezialisten führen wir Untersuchungen bei potenziellen Kunden, Meinungsbildnern, Lieferanten oder auch Wettbewerbern durch. Damit schaffen wir gerade für ganz junge oder noch gar nicht existente Märkte die Voraussetzungen, Ihre Innovation erfolgreich am Markt einzuführen.



Dabei gehen wir in folgenden Schritten vor:

1. In einem Briefing mit Ihnen werden Aufgabenstellung und Zielsetzung der Untersuchung genau festgelegt – ebenso wie Budgets und Zeitrahmen.
2. In einem ersten Schritt werden die am Markt erhältlichen Informationen über Ihre Zielgruppe, Branche, Wertschöpfungskette etc. sondiert. Die Quellen dazu können sehr unterschiedlich sein. Internet-Datenbanken, nationale und internationale Statistiken, Verbands- und Brancheninformationen, Studien, Bücher, Prospekte, Websites u.v.m. werden dazu herangezogen.
3. Abhängig vom Ergebnis dieser Sondierung und den Zielsetzungen wird nötigenfalls eine Primäruntersuchung geplant und durchgeführt. Durch Interviews und mittels Fragebögen werden potenzielle Kunden, Experten, Meinungsbildner, Lieferanten etc. zu ihrer originären Sicht auf Fragestellungen zu Ihrer Innovation befragt. Je nach Aufgabenstellung können dabei auch andere Untersuchungsmethoden zum Einsatz kommen (Experiment, Beobachtung etc.)
4. In einem Analyseschritt werden die erhobenen Informationen ausgewertet. Abhängig von den Untersuchungszielen werden z.B. Vorschläge für die Festlegung von Zielgruppen (Marktsegmenten), für die Positionierung der Innovation (des Unternehmens) oder für die Ausgestaltung der Wertschöpfungskette erarbeitet.
5. In einer abschließenden Präsentation werden Ihnen alle Erkenntnisse und Umsetzungsempfehlungen übergeben. Natürlich unterstützen wir Sie auf Wunsch auch bei den weiteren Schritten.

Ihr Nutzen

Ergebnis unserer Arbeit für Sie ist ein klares Verständnis der Kundensicht, das es Ihnen ermöglicht, die richtigen Marktentscheidungen zu treffen:



- Sie erfahren, welche Bedürfnisse, Interessen, Sorgen, Wünsche und Erwartungen den Kunden im Zusammenhang mit Ihrer Innovation bewegen.
- Sie lernen, welche Prioritäten der Kunde setzt, d.h. welche Leistungen und Funktionalitäten dem Kunden welchen Nutzen bieten und wie er Ihr Angebot im Vergleich zu eventuellen Mitbewerbern bewertet.
- Daraus kann abgeleitet werden, welches einzigartige Nutzenangebot Sie dem Kunden bieten können und durch welchen unübersehbaren Mehrwert Sie sich vom Wettbewerb unterscheiden können.
- Durch diese Differenzierung schaffen Sie die für den Markterfolg erforderlichen Wettbewerbsvorteile, die vom Kunden auch als solche anerkannt werden.
- Durch das Wissen um die Bedarfsstruktur wird eine Fokussierung auf die für Ihre Innovation primär geeigneten Zielgruppen möglich. Dadurch können Ihre Ressourcen bestmöglich eingesetzt werden.

Mit diesem Schritt haben Sie – nach der Schaffung Ihrer Innovation – einen weiteren Grundstein für Ihren Erfolg am Markt gelegt.