

Produktion & Prozesse

Aus dem Channel auf buchreport.de powered by
publisher consultants

MANAGEMENT Wie Verlage Innovationen fördern können

Kreativität braucht Struktur

Im umkämpften Medienmarkt kann die Innovationskraft zur Überlebensfrage werden. Um neue Ideen neben dem Tagesgeschäft zu verwirklichen, benötigt es neben aller Kreativität eines strukturierten Rahmens, betonen **Nikola Ulrich** und **Markus Wilhelm** von den **Publisher Consultants**: „Im Vorfeld festgelegte Ziele, Verantwortlichkeiten und Rahmenbedingungen schaffen Klarheit und ermöglichen kreative Arbeit in einer sicheren Umgebung.“

Dabei gelte für bestehende wie für neue Geschäftsmodelle die wichtige Regel: Der Kunde steht im Fokus! Das Projektteam sollte also zunächst klären, ob es tatsächlich ein lösenswertes Problem gefunden hat:

- Geht es um etwas, was die Kunden wollen? (Must-have)
- Werden die Kunden dafür bezahlen? Wenn nicht, wer dann? (Rentabilität)
- Ist das Problem lösbar? (Machbarkeit)

Zur Minimierung des finanziellen Risikos sei es ratsam, ein „Minimum Viable Product“, einen Prototyp mit den minimal notwendigen Kundenanforderungen zu entwickeln. „Mit diesem können Sie die Zuverlässigkeit Ihrer Lösung für das Problem direkt und objektiv im Markt testen, aus den Rückmeldungen lernen und entsprechend neu justieren. Durch ein derartiges zyklisches „Bauen – Messen – Lernen“ nähern Sie sich kreativ und iterativ, aber dennoch strukturiert und kontrolliert der marktreifen Idee.

Erst für ein objektiv als markttauglich erwiesenes Produkt sollten Sie eine wirtschaftlich vertretbare Skalierung Ihres Geschäftsmodells anstreben. Dieses Vorgehen ermöglicht es, Ideen zum Leben zu erwecken und gibt dabei früh Entscheidungssicherheit. Nicht jede Idee wird sich erfolgreich bis zur Marktreife entwickeln lassen. Der iterative Prozess und die strukturierte Herangehensweise ermöglichen es, objektive Entscheidungen zu treffen.“

DATEI

Wo ist mein »Blue Ocean«?

Um sich von der Konkurrenz freizuschwimmen, sollte man folgende Ziele anvisieren:

- Erschließung neuer Kundengruppen
- Erschließung neuer Märkte ohne Konkurrenz
- Stärkung der Kundenbindung, indem man die eigene Konkurrenz für die Kunden bedeutungslos macht
- Optimierung der Kostenstrukturen, so dass der Preis für den Kunden attraktiver gestaltet werden kann

Die relevanten Praxisfragen lauten:

- In welchen alternativen Branchen könnte ich mich betätigen?
- In welcher strategischen Gruppe befinde ich mich? Lohnt sich ein Wechsel?
- Worin unterscheidet sich das Produkt zum stärksten Konkurrenten?
- Wer ist meine Zielgruppe? Ist es möglich, eine andere Zielgruppe anzusprechen und den Markt zu erweitern?
- Gibt es komplementäre Produkte und Dienstleistungen?
- Welche nachhaltigen Trends kann ich neu besetzen?
- Welche Kaufmotivation steckt hinter meinem Produkt? Wird es aus emotionalen oder funktionalen Gründen gekauft?
- Kann ich mit einer neuen Idee, beide Bereiche bedienen?

„Innovationen“ ist Teil 5 einer sechsteiligen Serie zu Management und Leadership. Link: www.buchreport.de/go/management-serie.

buchreport

Top Job – aus dem Stellenangebot von buchreport in Kooperation mit **PM** Publikumsarbeit der Job- & Projektfirma

Anzeige

Wir suchen zum sofortigen Eintritt, zunächst befristet, einen engagierten Kundenbetreuer im Vertrieb (m/w/d)

Ihre Aufgaben:

Sie sind zentraler Ansprechpartner für unsere Kunden im Innendienst und übernehmen die Kernaufgaben Kundenberatung, Angebotsausarbeitung sowie die termingerechte Auftrags- und Reklamationsbearbeitung. Außerdem beraten Sie themen- und bedarfsorientiert unsere Kunden vor Ort zu Produkten, Dienstleistungen, Medien- und Online-Bestellsystemen. Sie sind verantwortlich für die Betreuung und den Ausbau bestehender Kundenbeziehungen mit dem Ziel, die Kundenbindung zu stärken und die Zufriedenheit zu erhöhen. Präsentationen vor Ort und Produktschulungen runden Ihr Tätigkeitsfeld ab.

Sie möchten sich gleich bewerben? Das freut uns!

Bitte senden Sie die Bewerbungsunterlagen in elektronischer Form (nur eine einzelne Datei im PDF-Format) an Bewerbung@ekz.de. Fragen beantworten wir Ihnen vorab gern: Claudia Ries, Personalleitung, Telefon 07 121/ 144-300, Claudia.Ries@ekz.de und Karin Gerhardt, Leitung Vertrieb Medien, Telefon 07 121/ 144-223, Karin.Gerhardt@ekz.de

Wir erwarten:

Hohe Eigenmotivation, ausgesprochene Kunden- und Dienstleistungsorientierung, Freundlichkeit und positives Denken. Sie arbeiten selbstständig und zielorientiert, sind kommunikationssark und bringen die Bereitschaft für Veränderungen und Neuerungen mit und sind in hohem Maß belastbar. Technische und digitale Kompetenz und sicheren Umgang mit MS-Office-Programmen setzen wir voraus.

Wir bieten:

Ein angenehmes Arbeitsumfeld und interessante, abwechslungsreiche Aufgaben in einem kollegial agierendem Team. Sie können eigenverantwortlich handeln und Ihre Ideen und Stärken einbringen.

ekz
bibliotheks
service