

Erfolg ist einzig und alleine eine Frage der richtigen Strategie

(Teil 7-1) Innovation ist Ihre strategische Daueraufgabe

1 Ihre Leistung kann und muss permanent verbessert werden

Der Wettbewerb ist heute auf vielen Märkten so groß, und *die Rahmenbedingungen ändern sich derartig schnell, dass ein Stillstand früher oder später Ihre Wettbewerbsfähigkeit einschränkt.* »Innoviere oder sterbe« lautet darum die Devise.

2 Die Bedürfnisse und Probleme Ihrer Kunden ändern sich ständig

Da Sie in erster Linie *bester Problemlöser* Ihres Kunden sein wollen, müssen Sie auch Ihre *Leistungen bzw. Produkte* für Ihre Kunden *ständig anpassen*.

3 Innovation heißt Leistungsverbesserung

Sie decken eine große Bandbreite von *Verbesserungsmöglichkeiten* ab – angefangen vom freundlichen Auftre-

ten bis zur bahnbrechenden technischen Erfindung.

4 Große Innovationen sind selbst mit begrenzten Kräften möglich

Näheres dazu Teil 9 dieser Serie.

5 Ihre Innovation muss sich immer am brennendsten Problem Ihrer Zielgruppe orientieren

Sie sind dem Mitbewerber stets einen Schritt voraus wenn Sie *nicht wahllos* und mehr oder weniger *zufällig* innovieren, *sondern* immer streng *am jeweils brennendsten Problem* der Zielgruppe *orientiert*.

6 Sie reduzieren Ihr Investitionsrisiko praktisch auf Null

Jeder *Innovationsschritt* muss sich *am Echo der Zielgruppe orientieren*. Voraussetzung ist allerdings wieder das Dialog-System.

Wie entwickeln Sie überzeugende Innovationen?

1 Formulieren Sie das brennendste Problem Ihrer Zielgruppe

Stellen Sie fest, wie Ihre Leistung *aussehen müsste*, um dieses Problem *optimal oder besser als der Wettbewerb zu lösen*.

2 Suchen Sie das Gespräch mit Ihrer Zielgruppe

Stellen Sie im Dialog mit Ihrer Zielgruppe fest, ob diese Lösung akzeptiert wird. *Formulieren Sie dann eine vorläufige Innovationsidee*, auf die Sie zukünftig alle Kräfte konzentrieren.

3 Interne Engpassanalyse: Stellen Sie fest, was Sie an der Realisierung dieser Lösung hindert

Stellen Sie fest, welche internen Engpässe aus eigener Kraft zu lösen sind und wo Ihnen Know-how und Erfah-

rung fehlt. *Suchen Sie dafür Kooperationspartner*, mit deren Hilfe diese Engpässe überwunden werden.

4 Verbessern Sie Ihr Informationsmanagement

Konzentrieren Sie sich auf den jeweiligen Engpass, und *suchen Sie gezielt und systematisch nach Informationen*, die den Engpass überbrücken. *Arbeiten Sie stets schriftlich*, und *richten Sie eine Sammelstelle* für Ihre Innovationsideen *ein*.

5 Entwickeln Sie nicht selbst, was andere bereits gelöst und entwickelt haben

Für viele Probleme wurden bereits in anderen Bereichen Lösungen entwickelt oder finden sich *Vorbilder* in der Natur. Bauen Sie prinzipiell auf Leistungen anderer auf, und entwickeln Sie davon ausgehend Ihre eigene Lösung.