

Produkte und Services entwickeln und managen

Innovationen und Wachstum Produkt- u. Serviceentwicklung Produkt- u. Servicegestaltung Schutz geistigen Eigentums
Leistungsprogramm Kundennutzen Effektivität Know-How



Der Autor

Prof. Dr. Dr.h. c. mult.
Horst Wildemann

Produkte werden in gesättigten Märkten immer ähnlicher. Das hinzufügen von Serviceleistungen ermöglicht eine Individualisierung der Leistungsprogramme und versteht diese mit einem Alleinstellungsmerkmal. Ein solches Leistungsbündel aus Produkt und Service eröffnet nicht nur Wachstumschancen, sondern ermöglicht auch eine stärkere Kundenbindung. Die erfolgreiche Umsetzung von kundenindividuellen Leistungsprogrammen erfordert problemorientierte Managementkonzepte und eine hohe Flexibilität im Unternehmen. Wildemann stellt in seiner Publikation Konzepte und empirische Befunde dar, die in Handlungsanleitung zur kundenorientierten Ausgestaltung des Service- und Produktmanagement münden.

Adressaten

Entwickler, Konstrukteure, Qualitätsfachleute, Planer, Steuerer, Geschäftsführer und Führungskräfte aller Bereiche. Gleichmaßen richtet sich die Veröffentlichung an Studierende.

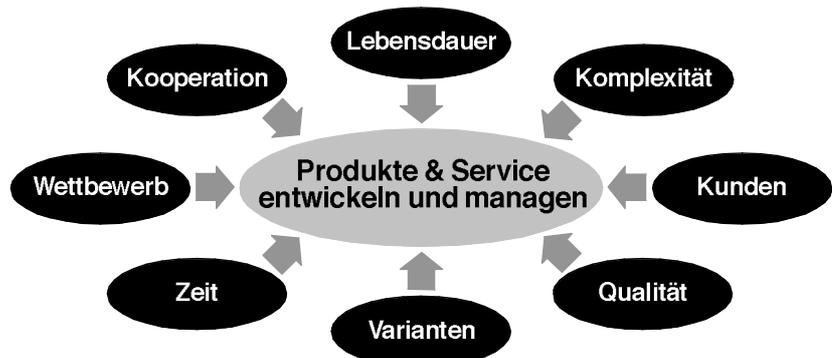
Durch Leistungsbündel aus Produkt und Service Wachstumschancen erschließen

Um einen dauerhaften Erfolg sicherzustellen, vollzieht sich seit mehreren Jahren ein deutlicher Wandel in der strategischen Ausrichtung der Unternehmen, der sich auch in einer Veränderung der Leistungsprogrammgestaltung widerspiegelt. Leistungsprogramme stellen dabei die Gesamtheit der von einem Unternehmen zu erfüllenden Aufgaben zur marktseitigen Erfolgsrealisierung dar und prägen maßgeblich die Wahrnehmung des Unternehmens auf dem Absatzmarkt.

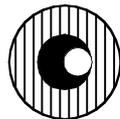
Gerade in Märkten, die durch zunehmenden internationalen Wettbewerb gekennzeichnet sind, reichen Strategien der Kostenführerschaft, überdurch-

schnittliche Leistungen der Produkte und intelligente Vermarktungen allein nicht mehr aus um sich dauerhaft vom Wettbewerb differenzieren zu können. In diesen Kategorien bewegen sich die Unternehmen immer wieder aufeinander zu. Auswege aus diesem Dilemma lassen sich durch neuartige Quellen der Differenzierung finden. Einen zentralen Ansatzpunkt hierzu bietet die Ergänzung der herkömmlichen Produkte um kundenorientierte Serviceangebote, die das Leistungspaket komplettieren und auf diese Weise die Kundenzufriedenheit bzw. die Kundenbindung erhöhen.

Effiziente Gestaltung von Leistungsprogrammen ...



⇒ ... eröffnet Wachstumschancen und verstärkt die Kundenbindung.



TCW

TCW Transfer-Centrum GmbH & Co. KG
für Produktions-Logistik und
Technologie-Management
Leopoldstraße 145 • 80804 München
Tel. +49.89.36 05 23-0 • Fax +49.89.36 10 23 20
e-mail Mail@tcw.de • Internet www.tcw.de

besuchen sie uns im internet ++ stop ++ nutzen sie das angebot unserer wöchentlich erscheinenden online-news ++ stop ++ tragen sie sich im internet in die anmeldeliste mit ihrer adresse ein und erhalten sie einen aktuellen aufsatz ihrer wahl ++ stop ++ einfach die tcw-seite ansurfen ++ stop ++ ebenso sind informationen über unsere seminarangebote, tagungen und schriftreihen verfügbar

Interaktiv

Weitere Informationen zum Seminar unter:

www.tcw.de

Innovationscontrolling

Leitfaden zur Selektion, Planung, Steuerung und Erfolgsmessung von F&E-Projekten



- Aus dem Inhalt:
- F&E-Controlling
 - Projektplanung und -steuerung
 - Projektselektion
 - Erfolgsmessung
 - Projektmonitoring
 - Eskalationsmanagement

Horst Wildemann
Leitfaden
Innovationscontrolling
6. Auflage, München 2008
ISBN 978-3-934155-47-3
EUR 250,- zzgl. Versandkosten

Produktinnovationen sind eine der tragenden Säulen von Unternehmen. Sie sichern Renditen und nachhaltiges Wachstum. Verschiedene Untersuchungen zeigen allerdings einen hohen Anteil wirtschaftlich nicht erfolgreicher Projekte. Der vorliegende Leitfaden zeigt auf, wie die Quote wirtschaftlich und technisch erfolgreicher Projekte deutlich gesteigert werden kann. Die Schwerpunkte liegen dabei auf der Verbesserung von Effizienz und Effektivität. Auf Grundlage der Praxiserfahrungen aus verschiedenen Projekten werden die Erfolgswirkungen aus der Verbesserung von Planung, Steuerung, Projektmonitoring und Maßnahmencontrolling bei Abweichungen und veränderten Rahmenbedingungen aufgezeigt.

Innovationssysteme

Leitfaden zur Einführung einer ganzheitlichen Innovationsstrategie in Unternehmen



- Aus dem Inhalt:
- Innovationsmanagement
 - F&E-Programmplanung
 - Know-how Schutz
 - Produktpiraterie
 - Effektivität und Effizienz der Entwicklung
 - F&E-Controlling
 - Benchmarks
 - Analyse und Bewertungsmethoden

Horst Wildemann
Leitfaden
Innovationssysteme
2. Auflage, München 2008
ISBN 978-3-937236-57-5
EUR 250,- zzgl. Versandkosten

Innovationen haben in gesättigten Märkten und bei steigendem globalen Kostendruck eine zunehmende Bedeutung für den Unternehmenserfolg. Ein ganzheitliches Innovationssystem unterstützt systematisch alle Phasen des Innovationsprozesses, von der effektiven Auswahl der Innovationsprojekte aus vorhandenen Ideen, deren effizienter Umsetzung und dem Schutz vor Nachahmung und Plagiaten. Dieser Leitfaden zeigt auf, wie die aufbau- und ablauforganisatorischen Rahmenbedingungen zu gestalten sind und welche Methoden und Messgrößen eine nachhaltige Verbesserung unterstützen. Im Selbstaudit- und Benchmarking-Konzept sowie in Fallstudien werden Erfolgsstrategien und Problempunkte bei der Einführung eines Innovationssystems dargestellt.

Management Wissen Produkte & Services entwickeln und managen

Produkte & Services entwickeln und managen Strategien, Konzepte, Methoden



- Aus dem Inhalt:
- Produkt- und Serviceideen finden und spezifizieren
 - Optimierungsansätze des Produkt- und Servicemanagements
 - Kosteneffiziente Gestaltung des Produkt- und Serviceprogramms
 - Qualität als Erfolgsfaktor im Produkt- und Servicemanagement
 - Zeitorientierte Entwicklung des Produkt- und Serviceangebots
 - Komplexität in der Produkt- und Serviceentwicklung beherrschen und reduzieren

Horst Wildemann
**Produkte & Services
entwickeln und managen**
München 2008
ISBN 978-3-937236-66-7
EUR 98,- zzgl. Versandkosten

Industrieunternehmen entwickeln sich vermehrt zu produzierenden Dienstleistern, die ihre Produkte mit einer Reihe von Serviceleistungen verknüpfen, um durch einzigartige Problemlösungen ihren Kunden einen Added Value zu bieten. Vor diesem Hintergrund ist die Produkt- und Servicepolitik zu professionalisieren, um erfolgreich im globalen Kosten-, Qualitäts- und Zeitwettbewerb bestehen zu können. In seinem Buch arbeitet Wildemann Strategien, Konzepte und Methoden zur effizienten Entwicklung von Produkten und Serviceleistungen heraus, die durch eine Reihe von Studien und Industriebeispielen verdeutlicht werden.

Service Leitfaden zur Erschließung von Differen- zierungspotenzialen im Wettbewerb



Horst Wildemann
Leitfaden
Service
10. Auflage, München 2008
ISBN 978-3-931511-29-6
EUR 250,- zzgl. Versandkosten

Im Wettbewerb ist es entscheidend, das richtige Produkt und den richtigen Service anzubieten. Durch ein auf die Kundenwünsche abgestimmtes Angebot können Differenzierungspotenziale im Wettbewerb und Wachstumschancen erschlossen werden. Der Leitfaden "Service" erläutert Leitbilder und Gestaltungsbausteine zur Einführung eines Serviceangebots und Gestaltung der Serviceorganisation. Kunden-/Markt-Beziehung, Produkt- und Organisationsgestaltung sowie Mitarbeiterorientierung sind die Leitbilder einer umfassenden Serviceorientierung. Die Methodenbausteine sowie Analysemethoden und -formblätter helfen dem Praktiker bei der Umsetzung des Servicekonzeptes.

Service

Service-to-Success Der Dienst am Kunden als neue Kernkompetenz



Univ.-Prof. Dr. Dr.
Horst Wildemann
Service-to-Success
2. Auflage, München 2001
ISBN 978-3-934155-08-4
EUR 84,- zzgl. Versandkosten

Im Wettbewerb ist es künftig entscheidend, den Kunden zum richtigen Produkt den richtigen Service anbieten zu können. Das Konzept "Service-to-Success" ist eine folgerichtige Weiterentwicklung der bisher verfolgten Optimierungsansätze. Schlanke Strukturen, Total Quality Management und Produktklinik sind gute Voraussetzungen für den neuen Weg. Eine ausgeprägte Kultur des Lernens im Unternehmen, die Delegation der Verantwortung in die kundennahen Bereiche sowie gezielte Kundengespräche ermöglichen es, die Erfolgsfaktoren des Kunden in ein innovatives Servicekonzept umzusetzen. Der TCW-report "Service" erläutert detailliert Konzepte und Wirkungsmechanismen neuer Servicestrategien. Fallstudien aus der Industrie und ein Vorgehensschema zur Einführung vervollständigen die umfassende Darstellung. Neben den Erläuterungen umfasst der TCW-report Schaubilder, die zur Schulung und zum Selbststudium eingesetzt werden können.

Service-to-Success

Bestellung



Transfer-Centrum GmbH & Co. KG
für Produktions-Logistik und
Technologie-Management
Leopoldstraße 145 • 80804 München
Tel. +49.89.36 05 23-0 • Fax +49.89.36 10 23 20
mail@tcw.de • www.tcw.de

- Ex. **Produkte & Services**
ISBN 978-3-937236-66-7 • **EUR 98,-**
- Ex. **Innovationscontrolling LF**
ISBN 978-3-934155-47-3 • **EUR 250,-**
- Ex. **Innovationssysteme LF**
ISBN 978-3-937236-57-5 • **EUR 250,-**
- Ex. **Service LF**
ISBN 978-3-931511-29-8 • **EUR 250,-**
- Ex. **Service-to-Success TCW-report**
ISBN 978-3-934155-08-4 • **EUR 84,-**
- Alle Preise zzgl. Versandkosten

Name / Vorname _____

Abteilung / Funktion _____ Firma _____

Straße / Postfach _____

PLZ _____ Ort _____

Telefon _____ Telefax _____

Stempe l/ Unterschrift _____ Datum _____