

Experimentation Matters Unlocking The Potential Of

Thank you very much for reading Experimentation Matters Unlocking The Potential Of. Maybe you have knowledge that, people have search hundreds times for their chosen books like this Experimentation Matters Unlocking The Potential Of, but end up in malicious downloads. Rather than enjoying a good book with a cup of tea in the afternoon, instead they are facing with some malicious bugs inside their laptop.

Experimentation Matters Unlocking The Potential Of is available in our digital library an online access to it is set as public so you can get it instantly.

Our books collection saves in multiple countries, allowing you to get the most less latency time to download any of our books like this one. Kindly say, the Experimentation Matters Unlocking The Potential Of is universally compatible with any devices to read

Interaktive Wertschöpfung Ralf Reichwald 2007-12-31 Wertschöpfungspartnerschaft zwischen Unternehmen und ihren Kunden ist gekennzeichnet durch eine gemeinsame System- und Problemlösungskompetenz. Kunden werden aktiv mit neuen Produktideen und -konzepten. Ralf Reichwald und Frank Piller vermitteln diese neuartige Form der Entwicklungskooperation in der vorgelagerten Wertschöpfung des Innovationsmanagements (Open Innovation) als auch in den primären Wertschöpfungsstufen der Produktion und After-Sales (Produktindividualisierung) im ersten deutschsprachigen Buch zu diesem Thema.

Innovationsmanagement 2.0 Jürgen Howaldt 2011-06-30 Innovationsfähigkeit ist der Schlüsselfaktor für unternehmerischen Erfolg. An Literatur zu Innovationsmanagement besteht kein Mangel. Im Dschungel der Angebote geht jedoch zu häufig der Blick auf den Kern des Neuen verloren. Hochaktuell positioniert in Praxis, Wissenschaft und Politik zeigt dieses Buch auf, was zu Open Innovation, zu interaktiver Wertschöpfung, zur 2.0-Bewegung und Lean Innovation wirklich relevant ist.

Produkte Harvardbusinessmanager Harvardbusinessmanager 2014-06-01 Wer heute mit seinen Produkten bestehen oder neue Märkte erobern will, muss mehr als je zuvor auf Innovationen setzen. Anhand vieler Fallbeispiele und Werkstattberichte zeigen profilierte Autoren die Chancen cleveren Innovationsmanagements: von der Produktentwicklung über die Beteiligung der Kunden bis zu den vier Regeln der erfolgreichen Markteinführung. Konzepte zur Entwicklung von Innovationen im Dienstleistungssektor, den besten Evaluationsmethoden und typischen Innovationsbarrieren runden das Buch ab.

Interaktive Wertschöpfung kompakt Frank Piller 2017-06-26 Dieses Lehrbuch vermittelt in komprimierter Form die wesentlichen Inhalte des Standardwerkes "Interaktive Wertschöpfung" von Ralf Reichwald und Frank Piller. Unternehmerische Wertschöpfung findet heute zunehmend nicht mehr sequentiell im Sinne einer klassischen Wertschöpfungskette statt, sondern interaktiv und iterativ zwischen einem fokalen Unternehmen und externen Mitwirkenden. Vor allem Kunden und Nutzer werden selbst aktiv (Co-Creation). Dies gilt für die Forschung und Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen (Open Innovation) genauso wie für operative Wertschöpfungsprozesse (Mass Customization). Die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Externen wird dabei in vielen Fällen anders organisiert. Statt Aufgaben zu verteilen bzw. anzuweisen, reagieren die Beitragenden auf einen offenen Aufruf zur Mitwirkung und selektieren selbst, wann und wie sie sich beteiligen (Crowdsourcing). Die erweiterte Co-Autorenschaft mit Frank Piller, Kathrin Möslein, Christoph Ihl und Ralf Reichwald bildet für die Weiterentwicklung dieses Buches eine neue konzeptionelle Basis. .

Das Beste der Logistik Helmut Baumgarten 2008-04-15 Logistik ist heute insbesondere in Deutschland ein Wirtschafts- und Wettbewerbsfaktor für Unternehmen der Industrie, in Handel, Verkehr und Dienstleistung. Das Buch bietet eine Auswahl herausragender und innovativer Logistikkösungen mit Umsetzungsbeispielen aus verschiedenen Branchen. Experten, Wissenschaftler und Top-Managern führender Unternehmen beschreiben Innovationen, die Fortschritte bringen, Strategien, die eine logistikorientierte Unternehmensführung ermöglichen und Umsetzungen, die den Unternehmenswert erhöhen.

Wissenstransfer bei hoher Produkt- und Prozesskomplexität Jens Kohler 2008-02-26 Jens Kohler untersucht, wie neue Methoden erfolgreich implementiert und kritische Situationen beim Wissenstransfer überwunden werden können. Er präsentiert vier Fallstudien von Unternehmen aus der Automobilindustrie und darüber hinaus zahlreiche Ergebnisse aus Experteninterviews.

Pragmatisches IT-Projektmanagement Niklas Spitzcok von Brisinski 2014-02-04 Jedes Softwareentwicklungsprojekt ist einmalig. Es bringt unterschiedlichste Charaktere für einen begrenzten Zeitraum mit dem Ziel zusammen, ein neues, herausragendes Produkt zu entwickeln. Dieses Buch zeigt ein praxiserprobtes Vorgehen, das Softwareprojekte zum gewünschten Erfolg bringen kann. Basierend auf dem PMBOK Guide des Project Management Institute stellt es eine einfache, effiziente Vorgehensweise für das Management von Softwareentwicklungsprojekten vor. Die 2. Auflage berücksichtigt die Änderungen, die sich durch den neuen PMBOK Guide 5 ergeben.

Humanize Jamie Notter 2012 "Knowing the tools of social media is a must for successful marketing these days, but the real promise of social media is the way it can teach us a whole new way of doing business. Humanize takes the principles underlying social media's growth and applies them to the way we lead and manage our organizations"--Back cover.

Intelligente Echtzeitunternehmen im digitalen Hyperwettbewerb Roland Eckert 2018-07-19 Das Buch zeigt, wie lernende Unternehmen im digitalen Hyperwettbewerb zu intelligenten Echtzeitunternehmen weiterentwickelt werden müssen. Hier geht es dann u.a. um die Gestaltung von multiplen Geschäftsmodellen durch ein Dynamic Business Model Prototyping und um die Ableitung von hybriden Organisationsmodellen: Hierarchien werden durch heterarchische Hierarchien und hierarchische Heterarchien ersetzt. Gleichzeitig wird aufgezeigt, dass der Managementfokus zukünftig stärker auf die drei Innovationshorizonte des Chancenanteils Wettbewerbs ausgerichtet werden muss. Dies betrifft sowohl die organisatorische Ausrichtung (u.a. Digitalfabrik, Innovationsfabrik, Schwarmorganisation) als auch den Methodenset (u.a. Innovation Foresighting, Rapid Business Model Design). Mit Fokus auf die Plattformökonomie müssen intelligente Echtzeitunternehmen zum Keystone-Unternehmen weiterentwickelt werden. Entscheidend ist hier aber, die neuen Fähigkeiten mit den bisherigen Stärken zu verbinden. Anwendungsorientierte Beispiele und Handlungsempfehlungen helfen Managemententscheidern, Führungskräften und Innovationsverantwortlichen bei der aktiven Unternehmensentwicklung im digitalen Hyperwettbewerb.

Der Ideenwettbewerb als Methode der aktiven Kundenintegration Dominik Walcher 2007-11-08 Dominik Walcher untersucht den internetbasierten Ideenwettbewerb als vom Unternehmen initiierte Möglichkeit, um Kunden in den frühen Phasen des Innovationsprozesses zu integrieren. Er transferiert Konzepte aus der Kundeninnovationsforschung auf den Bereich der Kundenintegrationsforschung und entwickelt das idealtypische Konzept eines externen Vorschlagswesens.

Business Innovation: Das St. Galler Modell Christian Pieter Hoffmann 2015-08-24 Business Innovation ist eine umfassende strategische

Führungsaufgabe. Sie prägt das Unternehmen – und erfordert ein professionelles Management. Dieser für Praxis und Lehre konzipierte Band stellt erstmals ein ganzheitliches Modell der Business Innovation vor und beschreibt detailliert Elemente sowie Gestaltungsmöglichkeiten aus Sicht der Unternehmensführung. Aktuelle Ergebnisse der Innovationsforschung werden von ausgewiesenen Experten präsentiert, erklärt und in das Modell eingeordnet. So wird deutlich: Business Innovation ist kein Zufall, sie kann gezielt gefördert und realisiert werden.

Wissenschaftstheoretische Grundlagen für die rechnerunterstützte Konstruktion Ralf-Stefan Lossack 2006-07-11 Was ist Konstruieren? Dieses Buches gibt die Antwort. Ziel des Autors ist es, eine Grundlage für zukünftige CAD-Systeme zu entwickeln und Potenziale zur Verbesserung von Konstruktionsprozessen aufzuzeigen. Allgemeinverständlich führt er in die Problemstellung ein und entwickelt - anhand zahlreicher Beispiele aus dem historischen Kontext - wissenschaftstheoretische Grundlagen. Plus: Vorschlag einer interdisziplinären Konstruktionstheorie.

Scrum Roman Pichler 2013-03-15 Scrum ist ein agiles Projektmanagement-Framework, das sich auf alle Arten der Softwareentwicklung anwenden lässt. Richtig eingesetzt hilft es, Kundenzufriedenheit und Wertschöpfung nachhaltig zu steigern. Roman Pichler vermittelt Ihnen das notwendige Wissen, um Scrum erfolgreich anzuwenden. Er beschreibt das Framework umfassend, systematisch und leicht verständlich. Das Buch wendet sich an Einsteiger in Scrum und agiles Projektmanagement sowie an Fortgeschrittene bzw. an Leser, die sich auf Scrum-Zertifizierungen wie Certified ScrumMaster und Certified Scrum Product Owner vorbereiten.

Komparative Analyse virtueller Methoden zur Nutzerintegration im Innovationsprozess Simon Hassannia 2015-12-31 Die digitale Transformation von Unternehmen weist eine Vielzahl von Herausforderungen in der Entwicklung und Vermarktung erfolgreicher Innovationen auf. Seit den vergangenen Jahren setzen Unternehmen zunehmend elektronische Medien ein, um Innovationsprozesse zielgerichtet zu optimieren. Dies schließt die Einbindung von Kunden und eigenen Mitarbeitern ein. Verschiedene Konzepte, wie das der Innovationswettbewerbe und das der Virtuellen Communities, finden hier Anwendung. Allerdings hat die Frage, wie virtuelle Nutzerinteraktionen erfolgswirksam gestaltet werden sollen, bislang nur wenig Beachtung gefunden. Mit der vorliegenden Arbeit wird die Zielsetzung verfolgt, in welcher Weise Innovationsprozesse durch die virtuelle Integration von Mitarbeitern und unternehmensexternen Personen gefördert werden können. Im Rahmen eines praxisorientierten Fallstudienansatzes erfolgt eine zweistufige empirische Untersuchung, indem Wirkungseffekte durch Experteninterviews hergeleitet und anschließend durch statistische Analysen geprüft werden. Im Ergebnis der Arbeit werden zahlreiche Handlungsempfehlungen zur erfolgversprechenden Gestaltung und Durchführung von innovationsfördernden Maßnahmen entwickelt, die zugleich neue Erkenntnisse für die Praxis und Wissenschaft darstellen.

Experimentation Matters Stefan H. Thomke 2003 Every company's ability to innovate depends on a process of experimentation whereby new products and services are created and existing ones improved. But the cost of experimentation often limits innovation. New technologies--including computer modeling and simulation--promise to lift that constraint by changing the economics of experimentation. Never before has it been so economically feasible to ask "what-if" questions and generate preliminary answers. These technologies amplify the impact of learning, paving the way for higher R&D performance and innovation and new ways of creating value for customers. In Experimentation Matters, Stefan Thomke argues that to unlock such potential, companies must not only understand the power of experimentation and new technologies, but also change their processes, organization, and management of innovation. He explains why experimentation is so critical to innovation, underscores the impact of new technologies, and outlines what managers must do to integrate them successfully. Drawing on a decade of research in multiple industries as diverse as automotive, semiconductors, pharmaceuticals, chemicals, and banking, Thomke provides striking illustrations of how companies drive strategy and value creation by accommodating their organizations to new experimentation technologies. As in the outcome of any effective experiment, Thomke also reveals where that has not happened, and explains why. In particular, he shows managers how to: implement "front-loaded" innovation processes that identify potential problems before resources are committed and design decisions locked in; experiment and test frequently without overloading their organizations; integrate new technologies into the current innovation system; organize for rapid experimentation; fail early and often, but avoid wasteful "mistakes"; and manage projects as experiments. Pointing to the custom integrated circuit industry--a multibillion dollar market--Thomke also shows what happens when new experimentation technologies are taken beyond firm boundaries, thereby changing the way companies create new products and services with customers and suppliers. Probing and thoughtful, Experimentation Matters will influence how both executives and academics think about experimentation in general and innovation processes in particular. Experimentation has always been the engine of innovation, and Thomke reveals how it works today.

Prisoners of Hope Lanny Vincent 2012-01-04 Prisoners of Hope opens a unique window into the minds and hearts of engineers, revealing two characteristics that every successful innovator must have—faith and hope. Steering clear of spiritual clichés, Prisoners of Hope provides practical insights and fresh accounts of innovators doing what they do best. Lanny Vincent writes his book from his thirty years' experience as facilitator, coach, and "midwife" of corporate innovating. He draws useful parallels between two seemingly different worlds of science and faith. Prior to working with companies like Hewlett-Packard, Sony Electronics, British Telecom, Rockwell, Weyerhaeuser or Whirlpool, Lanny was an ordained Presbyterian minister. From his early experiences within the research and development department of the company, Kimberly-Clark, the author saw familiar patterns among innovating scientists and engineers—faith patterns studied in a completely different context years before. Prisoners of Hope is filled with firsthand accounts of what really happens in the messy, serendipitous process of innovation, and how engineers use faith as their "silent partner." Richly woven with the threads of current experience and ancient wisdom, Prisoners makes explicit what innovators do naturally to bring their vision to the marketplace—done largely on the wings of faith and hope. The author's reinterpretations of biblical stories such as David and Goliath, Moses' burning bush, and Abraham's aborted sacrifice of Isaac, will help you see the mysteries of faith in action. This book is an inspiring description of how innovators use these patterns to get the lift they need for innovating, and a practical play on the power and potential of faith. Find out how innovators get lift. You will get it too. "A cohesive laminate of logic on innovation" Doug Gilmour, artist, advertising veteran, Clif Bar & Co. "[It] reconnected me with the fundamental power of faith and belief." – Bruce Beihoff, inventor, technologist, systems modeler

Die Automobilindustrie auf dem Weg zur globalen Netzwerkkompetenz Francisco J. Garcia Sanz 2007-08-28 Überblick über die derzeit intensiv diskutierten Konzepte eines globalen Netzwerk- und Integrationsmanagements für Beschaffung und Logistik: Die kompetente Darstellung existierender Ansätze und Methoden ermöglicht Lesern die konkrete Umsetzung. Anhand von Best Practices renommierter Unternehmen aus der Automobilindustrie entwickelt sie Vorschläge zur Implementierung innovativer Methoden und Instrumente eines globalen Beschaffungs-, Logistik-, Supply Chain Managements und Supply-Netzwerkmanagements. Hierzu zählen u.a. Supply Chain Valuedriver Decomposition (SCVD), Kostenregressionsanalysen, wertorientiertes Beschaffungs- und SCM-Controlling.

Interaktionsplattformen und Kundenintegration in Industriegütermärkten Ditmar Ihlenburg 2011-10-20 Ditmar Ihlenburg untersucht die Gestaltungsanforderungen an internetbasierte Interaktionsplattformen, die im Markt für innovative Maschinen- und Anlagenbau-Lösungen eine intensive Kundenintegration unterstützen.

Kundenintegration Kristin Butzer-Strothmann 2014-06-19 Der vorliegenden Band ist das Ergebnis eines Seminars im Rahmen der marktorientierten Unternehmensführung, in dem sich die Master-Studierenden mit dem Thema „Integration des Kunden in den Wertschöpfungsprozess“ beschäftigt haben. Die Beiträge der Studierenden zeigen exemplarisch die Vielfalt der Thematik auf. Das Spektrum der

Beiträge reicht von einer sachzentrierten (z.B. Datenmanagement) und branchenbezogenen (z.B. Medienindustrie) Analyse von Einzelaspekten der Kundenintegration über spezielle (z.B. Kundenintegration als Lösungsansatz für den Fachkräftemangel) bis hin zu nahezu provokanten Fragestellungen (z.B. Kunde als Wettbewerber oder auch Kunden-Burnout als Ergebnis der Integration). In dieser Reihe wird zukünftig einmal jährlich eine Publikation mit verschiedenen Beiträgen von Studierenden aus dem Master-Studiengang „Integrierte Unternehmensführung“ der Leibniz-Fachhochschule sowie Professorinnen und Professoren, die im Masterstudiengang lehren, erscheinen.

Der Markt für Managementwissen Kathrin M. Möslin 2015-02-27 Kathrin M. Möslin begreift Managementwissen als gestaltbare und zu gestaltende strategische Ressource und exploriert institutionell angelegte Instrumente, Teilsysteme und Systeme der Generierung von Management- und Führungswissen im Unternehmen. Ihre Entdeckungen und Erkenntnisse bieten Ansatzpunkte für neue Formen der Generierung von Managementwissen auf inhaltlich-theoretischer, prozessual-methodischer sowie institutionell-organisatorischer Ebene.

Persönliche Weblogs in Organisationen. Spielzeug oder Werkzeug für ein zeitgemäßes Wissensmanagement? 2010

Innovationsexperimente Matthias Möller 2007-01-25 Matthias Möller zeigt, dass Unternehmen die Herausforderungen neuer Technologie meistern und die unbekanntesten Kundenbedürfnisse erforschen bzw. visionär entwickeln können, indem sie sich durch einen iterativen Prozess des Ausprobierens und Lernens in Innovationsexperimenten marktfähigen Diensten annähern. Er untersucht zudem, wie bei diskontinuierlichen Innovationen Kunden als wichtige Quelle für bedürfnisbezogene Informationen in den Prozess integriert werden können.

Deep Smarts Dorothy Leonard 2005-01-11 Deep smarts are the engine of any organization as well as the essential value that individuals build throughout their careers. Distinct from IQ, this type of expertise consists of practical wisdom: accumulated knowledge, know-how, and intuition gained through extensive experience. How do such smarts develop? And what happens when people with deep smarts leave a particular job or the organization? Can any of their smarts be transferred? Should they be? Basing their conclusions on a multi-year research project, Dorothy Leonard and Walter Swap argue that cultivating and managing deep smarts are critical parts of any leader's job. The authors draw on examples from firms of all sizes and types to illustrate the connection between deep smarts and organizational viability and continuous innovation. Leonard and Swap describe the origins and limits of deep smarts and outline processes for cultivating and leveraging them across the organization. Developing an experience repertoire and receiving strategic guidance from wise coaches can help individuals move up the ladder of expertise from novice to master. Addressing a topic of increasing importance as the Boomer generation retires, Deep Smarts challenges leaders to take a hands-on approach to managing the experience-based knowledge shaping the future of their organizations.

Unternehmen im Web 2.0 Frank Kleemann 2012-10 Web 2.0-Anwendungen ermöglichen Internetnutzern, Inhalt und Form von Webseiten aktiv mitzugestalten. Unternehmen haben das ökonomische Potenzial dieser User-Leistungen erkannt und schöpfen sie gezielt über Kreativ- und Ideenwettbewerbe oder unternehmenseigene Communities aus. Die empirische Studie untersucht Formen und Funktionen solcher betrieblicher User-Integration sowie die teils unintendierten Konsequenzen, die sich aus der neuartigen Öffnung der Unternehmensgrenzen ergeben.

Open Innovation Stefan Vollmann 2012

Experimentation Works Stefan H. Thomke 2020-02-18 Don't fly blind. See how the power of experiments works for you. When it comes to improving customer experiences, trying out new business models, or developing new products, even the most experienced managers often get it wrong. They discover that intuition, experience, and big data alone don't work. What does? Running disciplined business experiments. And what if companies roll out new products or introduce new customer experiences without running these experiments? They fly blind. That's what Harvard Business School professor Stefan Thomke shows in this rigorously researched and eye-opening book. It guides you through best practices in business experimentation, illustrates how these practices work at leading companies, and answers some fundamental questions: What makes a good experiment? How do you test in online and brick-and-mortar businesses? In B2B and B2C? How do you build an experimentation culture? Also, best practice means running many experiments. Indeed, some hugely successful companies, such as Amazon, Booking.com, and Microsoft, run tens of thousands of controlled experiments annually, engaging millions of users. Thomke shows us how these and many other organizations prove that experimentation provides significant competitive advantage. How can managers create this capability at their own companies? Essential is developing an experimentation organization that prizes the science of testing and puts the discipline of experimentation at the center of its innovation process. While it once took companies years to develop the tools for such large-scale experiments, advances in technology have put these tools at the fingertips of almost any business professional. By combining the power of software and the rigor of controlled experiments, today's managers can make better decisions, create magical customer experiences, and generate big financial returns. Experimentation Works is your guidebook to a truly new way of thinking and innovating.

Qualitätsmanagement Robert Schmitt 2015-08-11 Dieses Standardwerk richtet sich an alle, die sich fundiertes Wissen zu Ideen, Konzepten, Systemen und Methoden des Qualitätsmanagements aneignen wollen. Der Aufbau des Buches orientiert sich am Aachener Qualitätsmanagement Modell mit der Kunden-, Führungs- und Betriebsperspektive, die einen Ordnungs- und Gestaltungsrahmen für ein unternehmerisch orientiertes Qualitätsmanagement aufspannen. Entlang der einzelnen Phasen der Produktlebensstehung verdeutlicht das Buch die Werkzeuge und Verfahren, die in den jeweiligen Phasen des Produktlebenszyklus vorteilhaft einsetzbar sind. Das Buch ist ein Nachschlagewerk, das ein umfassendes Konzept eines ganzheitlichen Qualitätsmanagements entwickelt und dem erfahrenen Industriepraktiker wertvolle Anregungen gibt. Durch die gewählte Struktur ist es sehr gut für die Lehre an Hochschulen geeignet. In der fünften, überarbeiteten Auflage werden aktuelle und relevante Themen des Qualitätsmanagements berücksichtigt. Dies sind unter anderem Perceived Quality, Energie- und Ressourceneffizienz, Risikomanagement, Methoden und Tools sowie Industrie 4.0. Die rechtlichen Aspekte werden jetzt in einem eigenen Kapitel behandelt und ebenfalls am Aachener Qualitätsmanagement Modell verortet.

Experimentelles Nichtwissen Matthias Groß 2014-10-31 Resilienz als Indikator für die Robustheit von gesellschaftlichen Prozessen ist allgemein positiv besetzt. Erfolgreiche gesellschaftliche Veränderungen scheinen heute hingegen eher durch Prozesse des Experimentierens unter Bedingungen von Nichtwissen gekennzeichnet zu sein. Matthias Groß untersucht solche Prozesse am Beispiel ökologischer Praxisfelder, in denen zwar Sicherheitserwartungen hoch sind, erkannte Wissenslücken jedoch unüberwindbar scheinen. Er zeigt: Der Erfolg für den Umgang mit diesem für die Gegenwartsgesellschaft typischen Spannungsverhältnis liegt nicht in hoher Resilienz begründet, sondern fußt eher in experimentellen Kulturen, die mit Nichtwissen und unvermeidbaren Unsicherheiten konstruktiv umzugehen gelernt haben.

Prototyping zur Unterstützung sozialer Interaktionsprozesse Bernhard Doll 2009-11-10 Anhand einer empirischen Untersuchung zeigt Bernhard Doll, wie Prototyping als iterativer Entwicklungs- und Lernprozess die Qualität sozialer Interaktionsprozesse bei Gründerteams, wie z.B. die Kommunikation, Koordination und Kohäsion, nachhaltig beeinflussen kann, damit diese schneller zum Erfolg kommen.

Vernetzte Organisation Alexander Richter 2014-08-20 Während der gesellschaftliche Wandel bereits wahrnehmbar durch digitale Medien katalysiert wird, kommen diese nun auch zunehmend in der Arbeitswelt zum Einsatz. Chancen und Risiken des neuen vernetzten Arbeitens sind bisher nur schwer überschaubar. Flexibleren Arbeitsweisen, zielgerichteter Kommunikation und effizienterem Wissenstransfer stehen individuelle Überforderung und Entgrenzungs-Phänomene gegenüber. Diese Phänomene lassen sich nicht klar voneinander trennen, sondern machen eine interdisziplinäre Betrachtung notwendig, bei der Experten aus unterschiedlichen Bereichen in Wissenschaft und Praxis zu Wort kommen. Im vorliegenden Buch sollen diese Sichtweisen nicht für sich stehen, sondern miteinander in Beziehung gebracht werden. Dr. Alexander Richter,

Universität Zürich.

Experimentation Matters Stefan H. Thomke 2003-08-05 Every company's ability to innovate depends on a process of experimentation whereby new products and services are created and existing ones improved. But the cost of experimentation is limiting. New technologies--including computer modeling and simulation--promise to lift that constraint by changing the economics of experimentation. They amplify the impact of learning, creating the potential for higher R&D performance and innovation and new ways of creating value for customers. Stefan H. Thomke argues that to unlock such potential, companies must not only understand the power of new technologies for experimentation, but also fundamentally change their processes, organization, and management of innovation. He shows why experimentation is so critical to innovation, explains the impact of new technologies, and outlines what managers must do to integrate them successfully.

Entwicklung eines anwendungsorientierten Gestaltungsansatzes zur Geschäftsmodellinnovation mithilfe von smarten Produkt-Service-Systemen Mittag, Peter 2019-04-02 Die Industriegesellschaft wandelt sich in eine Informationsgesellschaft. Die allgegenwärtige Digitalisierung verändert die Kommunikationsweisen zwischen Menschen untereinander sowie die Interaktion mit und zwischen Objekten. Gleichzeitig verlieren Sachleistungen und deren Besitz für private und kommerzielle Kunden an Bedeutung. Unternehmen, die in dieser Welt erfolgreich sein wollen, müssen ihren Status Quo und insbesondere die Art und Inhalte ihrer Wertschöpfung hinterfragen. Diese Dissertation stellt einen Gestaltungsansatz vor, der um einen zentralen Prozess zur Geschäftsmodellinnovation herum sowohl die dem Wandel zugrundeliegenden Trends Digitalisierung und Servitization als auch Empfehlungen zu Entwicklungsschritten und Erfolgsfaktoren formuliert. Er richtet gleichermaßen an Wissenschaftler, Studierende sowie Fach- und Führungskräfte der Industrie. The industrial society is changing into an information society. The ubiquitous digitalization is changing the way people and objects communicate with each other. At the same time, benefits in kind and their ownership are becoming less important for private and commercial customers. Companies that want to be successful in this world must question their status quo and in particular the nature and content of their value creation. This dissertation presents a design approach that, around a central process of business model innovation, formulates the underlying trends of digitalization and servitization as well as recommendations for development steps and success factors. It addresses scientists, students as well as specialists and executives in industry.

Strategisches Innovationsmanagement in überbetrieblichen Informationssphären Steffen Muhle 2019-03-01 Amazon, Apple, IBM, Facebook und Google sind nur einige Beispiele für Unternehmen, die Informationsressourcen gegenüber Dritten öffnen. Ein solches Verhalten widerspricht dem herkömmlichen Verständnis des strategischen Innovationsmanagements. Dieses Buch legt dar, wie derartige Öffnungsphänomene in den Ressourcenansatz des strategischen Managements eingebettet werden können. Im Mittelpunkt steht hierbei ein Bezugsrahmen, der Öffnungshandlungen strukturiert und den möglichen strategischen Nutzen analysiert. Auf dieser Grundlage wird eine erweiterte Sicht des strategischen Managements entwickelt: das Management überbetrieblicher Informationssphären. Das Buch richtet sich gleichermaßen an Wissenschaftler und Praktiker. Wissenschaftlern zeigt das Buch auf dem Ressourcenansatz aufbauende Konzepte auf, mit denen Öffnungsphänomene und deren strategische Implikationen erfasst werden können. Praktikern werden Ziele und Handlungsfelder für ein Management überbetrieblicher Informationssphären und praktisch umsetzbare Empfehlungen für die Erarbeitung von erfolgreichen Öffnungsstrategien an die Hand gegeben.

Kundenintegration als ganzheitlicher Ansatz im Rahmen einer interaktiven Wertschöpfung und Web 3.0 sowie deren Bedeutung: Mit erfolgversprechenden Handlungsempfehlungen für Unternehmen Jerry Felten 2013-10 Der zunehmende Gesellschaftswandel und die starke Präsenz moderner Informations- und Kommunikationstechnologien erfordern in der heutigen Zeit neuartige Denkweisen, die vermehrt interne Umstrukturierungsmaßnahmen zur Folge haben. Insbesondere der gesellschaftliche und technologische Wandel hat dafür gesorgt, dass Kundenanforderungen komplexer werden und ferner ein mehrdimensionales Kundenverhalten entstanden ist. Infolgedessen müssen Unternehmen verstärkt integrative Angebotsformen als Lösungsanbieter verinnerlichen sowie eine kundenbezogene Konfiguration der gesamten Wertschöpfungskette gewährleisten. Vor diesem Hintergrund umfasst die vorliegende Arbeit eine bereichsübergreifende Sichtweise zur effektiven und effizienten Gestaltung der Kundenintegration im Rahmen einer interaktiven Wertschöpfung. Eine wichtige Zielsetzung liegt darin, konkrete Handlungsempfehlungen zur gezielten Umsetzung des ganzheitlichen Ansatzes aufzuzeigen.

Digitale Transformation. Das Playbook David L. Rogers 2017-07-24

The Innovator's Solution Clayton M. Christensen 2018-08-08 ((U4)) Mit seinem Werk „The Innovator's Dilemma“ verfasste Clayton M. Christensen eines der wichtigsten Managementbücher der letzten Jahrzehnte. In „The Innovator's Solution“ beschreiben Clayton M. Christensen und Michael E. Raynor, wie Unternehmen disruptive Innovationen erfolgreich selbst entwickeln und vermarkten können. Wenn dies ein Buch für Seefahrer wäre, würde es voller Seiten mit Diskussionen über das Segeln mit oder gegen Gezeiten und Strömungen sein und darüber, wie man Segel setzt, um die aktuellen Winde gut zu nutzen. Durch ein solches Buch würde es einfach werden, zu erkennen, dass, wo und wann Sie starten sollen, wenn man die Richtung bedenkt, in die diese Kräfte Sie tragen wollen. Wie in der Seefahrt soll Ihnen dieses Buch es leichter machen, eine gute Ausgangsposition zu finden. Denn die ist für die Erfolgswahrscheinlichkeit wichtig, insbesondere wenn man die Richtung der im Wettbewerb auftretenden technologischen und gewinnorientierten Kräfte berücksichtigt, die auf Sie einwirken. Mit dieser Sichtweise kann man die Herausforderung leichter angehen, neue, wachstumsstarke Unternehmen zu gründen. Dies bedeutet, dass Sie sich bei der Gründung eines neuen Unternehmens keine genauen Vorstellungen über die Details Ihrer Strategie machen müssen, bzw. nicht hellseherisch vorhersagen müssen, wie sich die Technologie entwickeln wird. Vielmehr müssen Sie sich in erster Linie auf die richtigen Ausgangsbedingungen konzentrieren. Wenn Sie vom richtigen Ausgangspunkt aus starten, dann werden sich die Entscheidungen, die zum Erfolg führen, von selbst ergeben. Um diese Entscheidungsmöglichkeiten auszuschöpfen, müssen Sie ein Geschäftsmodell schaffen, dessen Ressourcen, Prozesse und Werte diese Kräfte, wie beim Segeln, so gut nutzbar machen können, dass sie zum Erfolg beitragen und Sie nicht in die falsche Richtung abdriften lassen.

Qualität und Data Science in der Marktforschung Bernhard Keller 2018-04-27 Die Welt der Marktforschung ist im Wandel und zunehmend wird in Fachmedien die Qualitätsfrage diskutiert. Welche Maßstäbe zeichnen eine hochwertige Datenerhebung aus und welche Methoden sollte der Nachwuchs der Branche beherrschen, um auch weiterhin Markt- und Meinungsanalysen mit einem hohen Mehrwert liefern zu können? Dieses Buch versteht sich als Wegweiser, der zukünftige Anforderungen der Marktforschung analysiert und bewertet und dabei einen Schwerpunkt auf die Chancen und Probleme der Digitalisierung in diesem Bereich setzt. Durch die rasante technische Entwicklung werden immer mehr Daten maschinengesteuert erhoben und teils vollautomatisch ausgewertet. Das Wissen und die Rolle des Marktforschers scheint in dieser schönen neuen Welt auf den ersten Blick völlig überflüssig geworden zu sein, da zahlreiche "Dashboards" und Reporting-Systeme bereits - scheinbar - alle relevanten Informationen enthalten. Doch bisher durchschauen nur wenige die Hintergründe dieser Vorgänge und nur eine Handvoll Datenanalysten weiß die Risiken eines zu optimistischen Glaubens an die Big Data Science richtig einzuschätzen. Somit steht der Marktforschung ein fundamentaler Wandel bevor. Neben der Primärerhebung und dem direkten Kundendialog werden in Zukunft Maßnahmen zur Absicherung der Qualität von Prozessen, Daten, Modellen und Visualisierungen eine immer größere Rolle spielen. Zahlreiche Experten aus Wissenschaft und Praxis haben dieses Thema in vielfältigen Szenarien aufgegriffen und zeigen Lösungswege für die Unsicherheiten und Zweifel, die durch die digitale Transformation der Branche entstanden sind. Das Buch ist somit gleichsam Ratgeber und Leitfaden und bietet Experten aus Wissenschaft und Praxis einen detaillierten Überblick über die jüngsten Entwicklungen in der Data Science.

Gewinngestaltung bei Innovationswettbewerben Jürgen E. Wenger 2013-07-02 Innovationswettbewerbe spielen für die wirtschaftliche Entwicklung bereits seit vielen Jahrhunderten eine wichtige Rolle. In den letzten 10 Jahren jedoch haben sich die Anzahl der Innovationswettbewerbe und der Wert der dabei angebotenen Gewinne bemerkenswert erhöht. Jürgen Egon Wenger untersucht, wie Gewinne bei Innovationswettbewerben in der Praxis gestaltet werden. Es wird anhand der Analyse von mehr als 150 Innovationswettbewerben herausgearbeitet, welche Art von Gewinnen, in welcher Anzahl und mit welchem Wert unter welchen Bedingungen angeboten werden und welche Wirkung diese Gewinne haben. Dabei spielt die verfolgte Zielsetzung der Innovationswettbewerbe eine entscheidende Rolle. Nach der Lektüre dieser Arbeit ist der Leser in der Lage auf Basis von theoretischen Hintergründen und der Erkenntnisse aus den untersuchten Innovationswettbewerben für einen zukünftigen eigenen Innovationswettbewerb sinnvolle Gewinne festzulegen.

Bioökonomie Susanne Lettow 2014-03-31 Während lange Zeit Fragen zu Ethik, Recht und Politik im Zentrum der Debatten um Biotechnologien standen, rücken nun auch ökonomische Dimensionen immer stärker in den Blick. Dieser Band macht die Leser_innen nicht nur mit der international geführten Diskussion vertraut - die Beiträge fragen zudem aus unterschiedlichen Perspektiven, welche Formen das Verhältnis von Ökonomie, Biowissenschaften und Technologien in der Gegenwart annimmt, welche neuen Objekte, Praxen und Strukturen in der Bioökonomie entstehen und wie diese sozialen Phänomene zu begreifen sind. Mit Beiträgen von Kathrin Braun, Melinda Cooper, Oliver Decker, Lars Thorup Larsen, Petra Schaper-Rinkel, Sigrid Schmitz, Susanne Schultz und Charis Thompson.

Hidden Needs Keith Goffin 2011-09-12 Zu viele Firmen entwickeln auch heute noch am Markt vorbei, weil sie durch klassische Marktforschung die "versteckten Bedürfnisse" ihrer Kunden nicht bestimmen können. Diese sogenannten Hidden Needs sind im Unterbewusstsein verankert und steuern dort - für den Kunden unbewusst - das Kaufverhalten. Mithilfe moderner Ansätze, die unter dem Begriff Hidden-Needs-Analyse zusammengefasst werden und ihren Ursprung in der Psychologie und Anthropologie haben, können sie entschlüsselt werden. Die Autoren stellen die wichtigsten Methoden praxisnah vor.