

# Kunden, Händler und Mitarbeiter als Ideenlieferanten

Dr. Mark Markus, Salzburg Research



## *e-Innovation*

# Innovationsressourcen optimal bündeln

Kunden, Händler und Mitarbeiter als Ideenlieferanten

Mag. Dr. Mark Markus

Salzburg Research Forschungsgesellschaft mbH

16. Oktober 2008

**3. IT - Businessstalk**

**Von der innovativen Idee zum KundenNutzen?!**

## Inhalte

Problem 1:  
**Beschaffung des Kundenfeedbacks**

Problem 2:  
**Bündelung innovationsrelevanter Informationen**

## Ausgangssituation (vieler Unternehmen)

- | Eine beträchtliche Feedbackmenge ist die Regel!
- | Viele Feedback-Schnittstellen: Events, Callcenter, Aussendienstmitarbeiter, Reklamationsabteilungen ...
- | **Ziel:** Optimierung der Dokumentation und Erschließung, um
  - | eigene Produkte besser zu verstehen
  - | Märkte und Kunden besser zu verstehen
  - | Kunden und Märkte gezielt, d.h. durch innovative Produkte und ihre optimale Positionierung am Markt, ansprechen zu können

## Lösung 1: Mobiles Produktestsystem

- | Pro Jahr viele Produkttests mit Händlern
- | Bislang manuelle Erhebung des Feedbacks (per Block und Bleistift) → langwierige Datenauswertungen
- | Feedbackkanal möglichst nahe am Ort der Produkterfahrung
- | Touchscreenfähiges Outdoor-Notebook ermöglicht eine **vollelektronische Kundenrückmeldung**
- | Dynamischer Fragebogen: Anpassung an die unterschiedlichen Benutzergruppen, z.B. Techniker oder Event-Touristen



## Lösung 2: Feedbackerfassung durch das Callcenter

- | Eigentliche Aufgabe: Produktorientiertes Cross-Selling
- | Produktfeedback und -beschwerden „zwischen den Zeilen“ laufen Gefahr verloren zu gehen
- | Ziele:
  - | Laufende Beschaffung eines akkuraten Produktfeedbacks
  - | Keine Veränderung existierender Arbeitsprozesse
  - | Keine substantielle Erhöhung der Arbeitszeit
  - | Fokus auf die Informationsmenge („quantitativer Marktradar“)



Shopqualifikation

Menü

Kundendetails

Kundennummer: 0000106685 Kundengruppe: 01 PLZ: 5541 Ort: Altenmarkt

Firma: Testkunde Österreich Land: Austria

Strasse: Hauptstraße 1 User: Admin

Kundensuche

I WANT YOU FOR FEEDBACK!

AMER SPORTS

Produkthierarchie  mit PRDHA  ohne PRDHA

QA0A0A0101, ASK ATOMIC

Gewähltes Modell: A064000 Angemeldeter User: Aeschbacher

Mitglied PRH4: 0A0A0A01

Kategorie: sp

Vorgegebene Antworten: zu

Spitze zu eckig zu rund

<<< 2 Suchhilfen

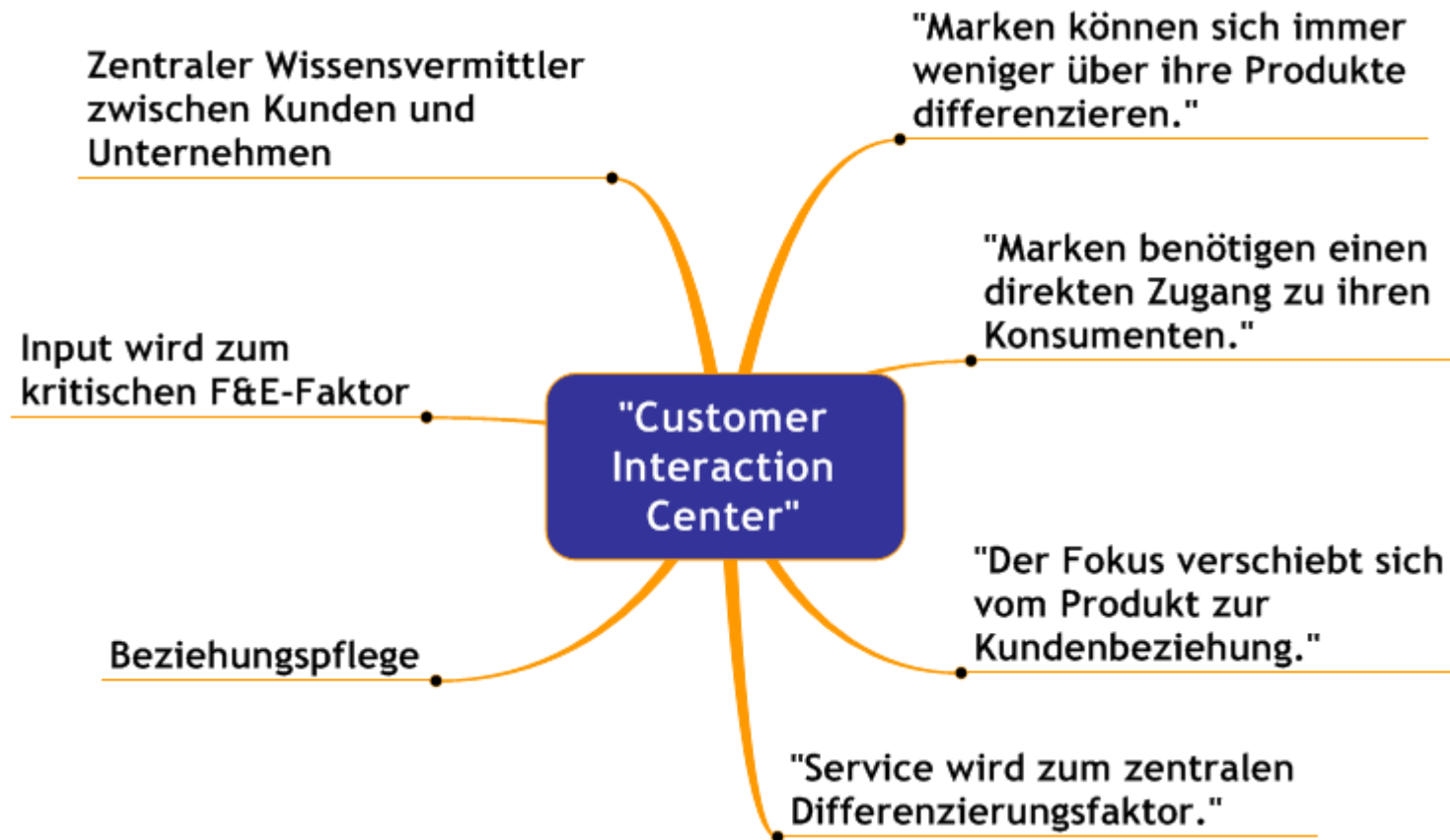
Feedback Speichern

Grund / Kommentar: zu rund

MODELL	KTEXT
A064000	GS12 PB RED CHA 7/8
A064001	GS12 PB RED CHA 7/8
A064100	LT12 PB BLUE CHA 7/8
A064101	LT12 PB BLUE CHA 7/8
A064200	GS10 RED 7/8
A064300	SL12 pb red CHA 7/8
A064400	ST12 PB BLUE CHA 7/8
A064500	SL10 red 7/8
A064550	SX B5i SIL/BORD 7/8
A064600	SX12 PB BLA/YEL CHA 7/8
A064700	SX10 B5C ORA CHA 7/8
A065106	SX FIBRE WHI/BLA 7/8
A065108	SX Drive blue 7/8

## Herausforderung: den Kunden zuhören (wollen)!

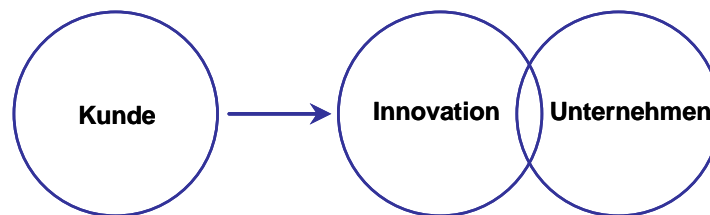
## Callcenter wird „Customer Interaction Center“ \*



\*Quelle: Dialogstudie 2020, 2008

## „Open Innovation“

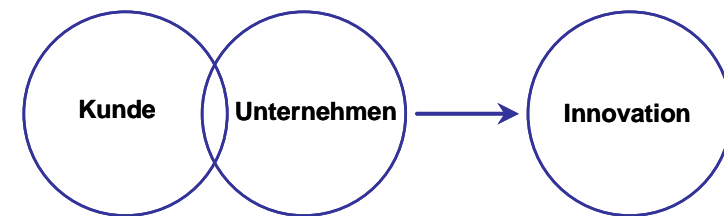
- | Einbeziehung oder Integration von Kunden und Nutzern in den innerbetrieblichen Innovationsprozess
- | Mehr als die reine Kundenorientierung
- | Überwindung des „Not-invented-here-Phänomens“ ist Pflicht!



### Reaktive Kundenintegration

*Vgl. Chesbrough 2001, 2003;  
van Hippel 2005*

**z.B. Analyse von online  
Communities**



### Aktive Kundenintegration

*Vgl. Reichwald / Piller 2006  
Walcher 2006*

**z.B. Zusammenarbeit mit  
Lead-User**

## Inhalte

Problem 1:  
**Beschaffung des Kundenfeedbacks**

Problem 2:  
**Bündelung innovationsrelevanter Informationen**

„Der Unternehmensberatung Ovum zufolge sind

**80-85%**

der im Unternehmen verfügbaren Informationen  
**nicht oder unzureichend strukturiert.**

*Dabei können diese Daten helfen, die Qualität am Kunden zu verbessern, Bedürfnisse in Echtzeit zu messen (bzw. vorherzusehen) und so die Leistungsfähigkeit von Unternehmen insgesamt zu steigern.“ (Dialogstudie 2020, 2008)*

## Produktinnovation in der Skiindustrie

- | Bündelung von den Ski-, Umfeldparametern (quantitativ), Athleteneindrücken (qualitativ) und erzielten Ergebnissen
- | Durchgehende Elektronisierung des Ski Life-Cycle: Design, Bau- bzw. Pressdaten/Produktionszeichnungen
- | Erlangung des Prozessverständnisses (Prozess-Mapping & -optimierung); verstehen, welche Daten, Informationen erfasst und wie diese dargestellt werden sollen
- | Quick Winns
  - | Abfragen von Rennstall-Lagerbeständen
  - | Übersicht über die von der Produktion übernommenen Skier
  - | Einsicht in die Verleihlisten von Ski/Schuhe für Rennläufer

PISI\_Applikation
Menü Hilfe

## Bewertung

Importiere gescannte Skis von mobilen Endgerät

Exportiere Events

Menü

Offene Bewertungen:

Paarseriennummer	Sporteventname	DatumBeginn	Eventname	Vorname	Nachname	Modellname	Laenge
▶ 1900000860	Damen 10 km C Massenstart	15.03.2008	Bormio Weltcupfinale XC	Claudia	Nystad	BetaRace12	0
1900000858	Damen 10 km C Massenstart	15.03.2008	Bormio Weltcupfinale XC	Seraina	Mischol	BetaRace12	0
1900000856	Damen 10 km C Massenstart	15.03.2008	Bormio Weltcupfinale XC	Riita Lisa	Roponen	BetaRace12	0
1900000859	Damen 10 km C Massenstart	15.03.2008	Bormio Weltcupfinale XC	Silvana	Bucher	BetaRace12	0
1900000857	Damen 10 km C Massenstart	15.03.2008	Bormio Weltcupfinale XC	Magda	Genuin	BetaRace12	0
1900000791	Herren 20 km C Massenstart	15.03.2008	Bormio Weltcupfinale XC	Simen	Oestensen	BetaRace12	0
1900000795	Herren 20 km C Massenstart	15.03.2008	Bormio Weltcupfinale XC	Giorgio	Di Centa	BetaRace12	0

Produkteigenschaften

Gleiteigenschaft	Nicht bewertet
Steigeigenschaft	Nicht bewertet
Stabilität	Nicht bewertet
Einschiebeverhalten	Nicht bewertet
Geräusch	Nicht bewertet
Gesamteindruck	Nicht bewertet

Event-Rahmenbedingungen

Wetter | Schnee | Ergebnislisten | Div.Zeiten(Alpin)

Wetter

Lufttemperatur:  (in Grad Celsius)

Luftfeuchtigkeit:  (in Prozent)

Bewölkung:

Niederschlag:

Wind:

Datum/Zeit:

Platzierung

Bewertete Produkteigenschaften speichern

Bewertete Produkteigenschaften und Event-Rahmenbedingungen speichern

26.03.2008 01:12

## Kontakt

### **Mag. Dr. Mark Markus**

Salzburg Research Forschungsgesellschaft mbH

Jakob Haringer Str. 5/3

5020 Salzburg

T. +43.662.2288-305

[mark.markus@salzburgresearch.at](mailto:mark.markus@salzburgresearch.at)