

Zusammenfassung „Aufträge Kundenorientiert ausführen“

Was sind Merkmale des Lernfeldes 4?

Thema des Lernfeldes ist es Aufträge Kundenorientiert auszuführen. Hierbei wird auf Wünsche und Forderungen des Kunden eingegangen. Um am Markt konkurrieren zu können ist auch die Produktinnovation ein Bestandteil des Lernfeldes. Auch gehören die Phasen der Produktentwicklung dazu. Während dieser werden Kreativtechniken angewandt die auch einen Teil des Lernfeldes darstellen.

Was versteht man unter dem Begriff „Kundenorientierung“? Erkläre anhand selbst gewählter Beispiele:

Kundenorientierung sind die Anteile einer Prozessorientierung und Marketingausrichtung, mit Hilfe derer die Abhängigkeit eines Unternehmens vom Kunden in den Mittelpunkt gestellt wird. Kundenorientierung → Orientierung nach dem Kunden = Entscheidungen des Unternehmens richten sich nach Vorstellungen und Wünschen des Kunden.

„Warum immer neue Produkte?“ Nennen Sie Einflussfaktoren:

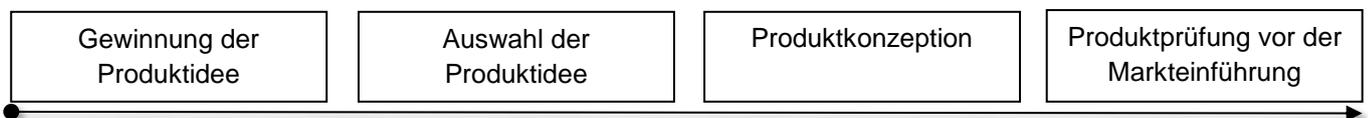
Mit den Jahren hat sich die Zeitspanne in der ein Produkt auf den Markt kommt und bis eine neuere Version erscheint deutlich verringert. Dies krempelt Entwicklung neuer Produkte und das Konsumverhalten der Käufer komplett um. Gründe dafür sind:

- Technologischer Fortschritt
- Wachstum (sowohl wirtschaftlich als auch unternehmerisch)
- Wettbewerb mit der Konkurrenz
- Ökologische und ökonomische Gesichtspunkte
- Alte Produkte „sterben“ (Produktlebenszeit ist begrenzt)
- Gesetzliche Vorschriften ändern sich
- Kostensenkung

Welche Rolle spielen politische Gesichtspunkte bei Produktinnovationen?

Bei diesen wird sich nach gesetzlichen Vorgaben orientiert.

Nennen Sie die vier Phasen der Produktentwicklung in zeitlicher Reihenfolge:



Was sind interne und externe Quellen zur Gewinnung neuer Produktideen? Nennen Sie auch Beispiele:

Bei der systematischen Ideensammlung können Ideen aus dem Unternehmen oder von außerhalb beschafft werden.

interne Quellen	externe Quellen
Außendienst Reisende	Konkurrenz
Betriebliches Vorschlagswesen	Kunden / Abnehmerideen
Reklamationsabteilung	Erfinder / Patentanwälte
Kundenservice	Neuheiten anderer Branchen
Marketingabteilung / Verkauf	Marktforschungsinstitute

Nennen Sie Maßnahmen zu:

Gewinnung der Produktidee

- Morphologische Methode
- Brainstorming
- Brainwriting
- Synektik

Auswahl der Produktidee

- Selektionsphase
- Eigenständig und unverwechselbar
- Kritische Beurteilung

Produktkonzeption

- Konkrete Zielformulierung
- Marktgängigkeit

Produktprüfung vor der Markteinführung

- Produkt- / Markttests
- Gesamtes Produkt / Komponenten testen

Was sind Kreativitätstechniken? Nennen Sie Beispiele:

Kreativitätstechniken sind Methoden zur Förderung von Kreativität und gezieltem Erzeugen neuer Ideen, Visionen zu entwickeln und Probleme zu lösen.

Beispiele für Kreativitätstechniken sind:

- Brainstorming
- Mind-Mapping
- „Zwicky-Box“ / morphologischer Kasten

Was versteht man unter einer Produktkonzeption?

Wird im Rahmen der durchgeführten Auswahlverfahren eine Produktidee als marktgängig, wirtschaftlich und zum Zielsystem des Unternehmens passend herausgefiltert, erfolgt im Rahmen der Produktkonzeption eine konkrete Zielformulierung. Sie sollte Aussagen über die Marktsituation, die Konkurrenzsituation, die potentiellen Verbraucher und das Produkt beinhalten. Die Marktsituation kann anhand der Begriffe des Markt- und Absatzpotentials und des Markt- und Absatzvolumens beschrieben werden.

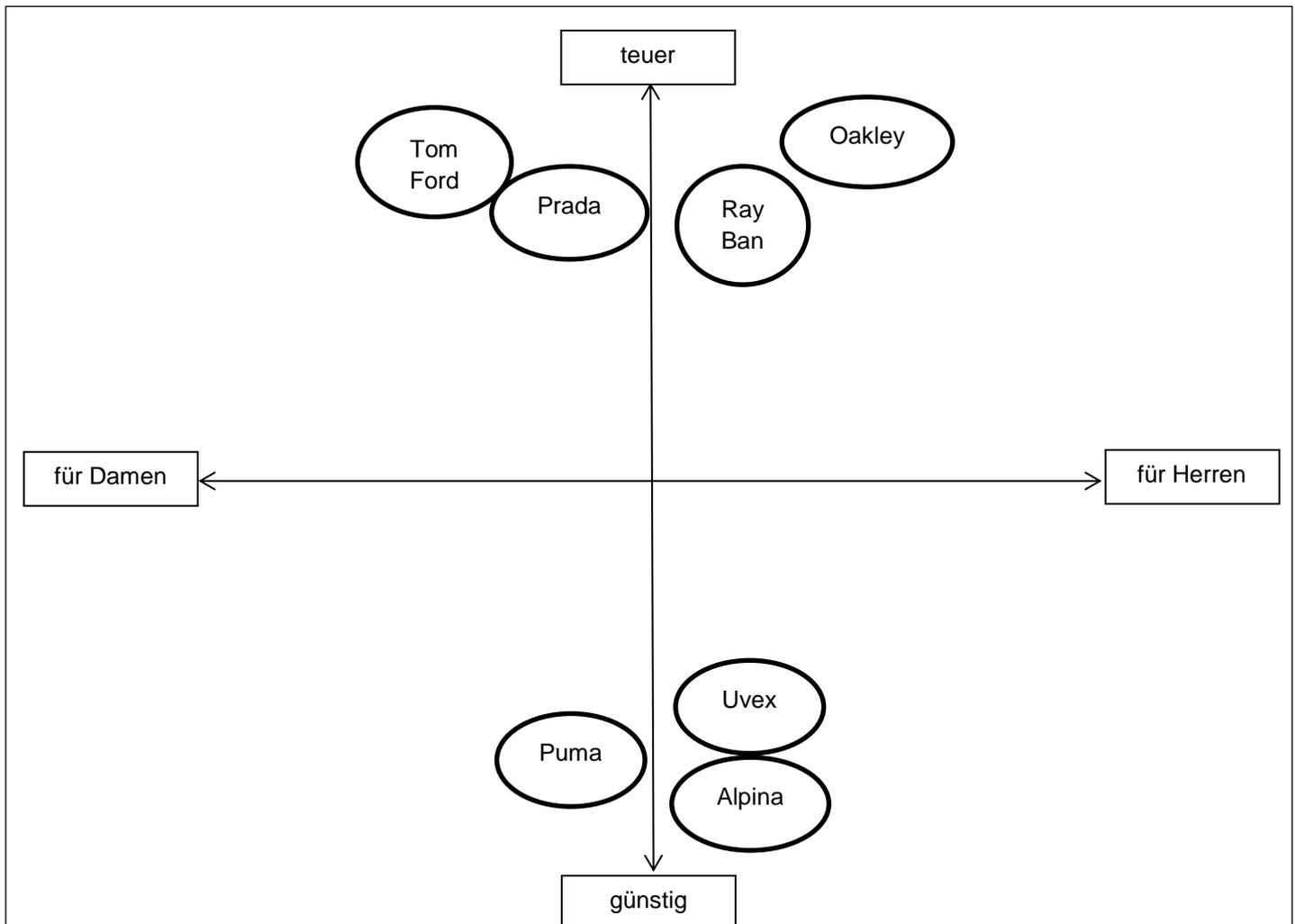
Beispiel:

Wir sind eine Möbelfabrik und haben uns zum Ziel gesetzt für die nächste Sommersaison neue Gartenmöbel auf den Markt zu bringen. Dazu erstellen wir nun ein Produktkonzept. Wir schauen uns die Marktsituation an und entscheiden uns für Flechtmöbel da der Markt noch Raum bietet und wir uns zutrauen auf dem Gebiet zu konkurrieren. Die Zielgruppe ermitteln wir mittels Umfragen und Marktforschungsinstitutionen. Zum Abschluss werden wichtige Kriterien zum Produkt selbst zusammengefasst. Und schon steht ein Produktkonzept fest.

Wie ist ein potentieller Verbraucher / Kunde?

Die Definition der potentiellen Verbraucher / Kunden erfolgt vor dem Hintergrund der im Rahmen der Marktforschung ermittelten Kundenansprüche. Dabei werden Verbraucher weitgehend homogenen Bedürfnisstrukturen zu Marktsegmenten zusammengefasst. Kriterien der Marktsegmentierung können z.B. demografische, psychografische oder soziologische Merkmale sein.

Untersuchen Sie mithilfe selbst gewählter Kriterien die Konkurrenzsituation am Beispiel „Brille“:



Nennen Sie die Zuordnungskriterien bei einer „Zwicky-Box“, erklären Sie das am Beispiel für das Produkt „Handy“:

charakteristische Elemente ↓	Ausprägung der Elemente →		
	Bedienform	Touchscreen	Tastatur
Displaygröße	bis 3"	3-5	größer als 5"
Farbe	bunt	schwarz	weiß
Gehäusematerial	Metall	Kunststoff	Metall und Kunststoff

Was ist eine Mind-Map, wie macht man eine und welches Ziel hat sie?

Eine Mind-Map ist eine Kreativitätstechnik die man zum Erschließen und visuellen Darstellen eines Themengebiets, zum Planen oder für Mitschriften nutzen kann. Hierbei soll das Prinzip der Assoziation helfen, Gedanken frei zu entfalten und die Fähigkeiten des Gehirns zu nutzen. Erstellt wird sie indem man ein Schlagwort, eine Frage oder Thema in den Mittelpunkt stellt, dann Hauptgedanken als „Äste“ anhängt und diese dann mit weiterführenden Gedanken als „Zweige“ darstellt.

Beispiel:

