MARKETING UND PRODUKTENTWICKLUNG

Probleme bei der Neuproduktentwicklung

- Mangel an bedeutenden Neuproduktideen
- Fragmentierte Märkte
- Zwänge im Umfeld
- Hohe Kosten
- Kapitalknappheit
- kürzere Lebenszyklen erfolgreicher Produkte

Ursachen für Produktmisserfolge

- Erfolgsaussichten werden nicht realistisch eingeschätzt („Steckenpferd“)
- mangelhafte organisatorische Systeme (Beurteilungskriterien, Auswahlverfahren, Koordination)
- schlechte Marketinginformationen
- Schwächen in der Planung (Plazierung, Preis, Budgets)
- keine Innovation
- schlechtes Design
- hohe Produktentwicklungskosten
- Konkurrenzreaktionen