

MARKETING UND PRODUKTENTWICKLUNG: QUELLEN NEUER PRODUKT-IDEEN

- Kunden (direkte Befragung, Tests, Gruppendiskussionen, Vorschlagssysteme, Korrespondenz, Produktabsatz)
- Forschung und Technik (eigene Labors, Universitäten, Kongresse u.ä.)
- Konkurrenzbeobachtung (über Händler, Lieferanten, Vertreter)
- eigener Vertrieb
- eigenes Management
- Erfinder, Patentanwälte, Universitäten, Berater, Werbeagenturen, Fachzeitschriften

METHODEN

- Merkmalsaufzählungen
- Brainstorming
- Ideensammlungsverfahren
- Problemanalyse

PRODUKTKONZEPTE – FRAGEN

- Ist das Konzept deutlich und leicht zu verstehen?
- Sehen Sie in diesem Produkt Vorteile, die es deutlich von konkurrierenden Angeboten unterscheiden?
- Scheint Ihnen das Konzept mit seinen Versprechungen glaubwürdig?
- Gefällt Ihnen das Produkt besser als Konkurrenzprodukte?
- Würden Sie das Produkt kaufen?
- Würden Sie das bisher bevorzugte Produkt durch das neue ersetzen?
- Würde das Produkt bei Ihnen ein echtes Bedürfnis erfüllen?
- Welche Verbesserungen würden Sie vorschlagen?
- Wie häufig würden Sie das Produkt kaufen?
- Wer würde das Produkt kaufen?
- Zu welchem Preis sollte das Produkt verkauft werden?