

Open Innovation

Innovationspotentiale besser ausschöpfen



www.exbase.de

Durch Open Innovation profitieren Sie von besseren Produkten, fördern die Kundenbindung und beschleunigen den Innovationsprozess.

Highlights aus dem Programm

- Erfolgsfaktoren im Innovation Management
- Innovationsleitlinien und Prozesse
- Markt- und Kundenkompetenz systematisch nutzen
- Die Rolle von Einkauf und Vertrieb im Open Innovation Management
- Lead User und Schwarmintelligenz
- Lieferanten und Mitarbeiter einbinden
- Gestaltung von Open Innovation Workshop

Inklusive

- + Neueste Erkenntnisse & Anregungen
- + Transferübungen und Best-Practice Beispiele
- + Checklisten zur Beachtung von Erfolgsfaktoren
- + Phasenmodell der Implementierung

Ihr Seminarleiter



Professor Dr. Claus Gerberich
Gerberich Consulting AG

Kompaktkurs (1 Tag)
Intensivkurs (2 Tage)

SEMINARBESCHREIBUNG

Innovation ist der Erfolgstreiber Nummer 1. Der Wettbewerbsdruck ist sehr hoch, die Produkte werden komplexer und die Innovationszyklen immer kürzer. Im Seminar erfahren Sie, wie Sie Mitarbeiter, Lieferanten und Kunden in den Produktentstehungsprozess einbinden und somit Ihr Innovationspotential steigern und Ihre Marktchancen deutlich verbessern können. Bei der zweitägigen Variante werden die Inhalte vertieft behandelt, mit zusätzlichen Praxisbeispielen angereichert und mit aktiven Gruppenarbeiten hinterlegt.

THEMEN

Herausforderungen im Innovation Management

- Das Spannungsfeld von Komplexität und Dynamik
- Der Zeitdruck im Produktlebenszyklus
- Die Vielfalt der Technologien und Kompetenzen

Innovationsleitlinien und -prozesse

- Modell des Innovation Management
- Szenarien als Trends für die Ideenfindung
- Workshop: Taktisches Vorgehen bei Innovationsprojekten

Open Innovation: Die Zukunft im Innovation Management

- Das PLUS von Open Innovation im Produktentstehungsprozess
- Organisation, Rollen und Zuständigkeiten
- Werkzeuge in der Umsetzung und Steuerung

Gemeinsame Produktentwicklung mit Lieferanten, Kunden und Mitarbeitern

- Möglichkeiten und strategisches Vorgehen bei der Integration von
 - Lieferanten
 - Kunden
 - und Mitarbeitern.
- Anforderungen an Organisation und Kommunikation
- Typische Stolperfallen und wie diese zu vermeiden sind
- Erfolgsfaktoren und Erfahrungen aus der Praxis

Der Einkauf als Impulsgeber im Open Innovation Process

- Hat der Einkauf die besten Ideen?
- Einbindung des Einkaufs in den Produktentwicklungsprozess
- Differenzierte Betrachtung von Chancen und Risiken

WER SOLLTE TEILNEHMEN?

Dieses Inhouse-Seminar richtet sich an Verantwortliche von funktionalen und organisatorischen Einkaufs- und Beschaffungsprozessen sowie an Unternehmenslenker, Geschäftsführer und Führungskräfte, die proaktiv einen innovativen Beitrag für die künftige Geschäftsentwicklung leisten.

FÜNF GRÜNDE FÜR IHREN BESUCH

- Methoden zur Steigerung des Innovationspotentials
- Fachkompetenz in der Entwicklung von Innovationen
- Vorgehensweise bei der Integration von Mitarbeitern, Kunden und Lieferanten in den Produktentstehungsprozess
- Erkennen und bessere Einschätzung von Erfolgsfaktoren
- Innovativere Produkte und eine niedrigere Floprate

IHR SEMINARLEITER



Professor Dr. Claus Gerberich begann seine Laufbahn als Sohn eines mittelständischen Unternehmers. Nach einer Lehre zum Maschinenbauer und einem Studium der Betriebswirtschaft zog es ihn in die Wissenschaft. Als Professor für Controlling forschte und lehrte er mehrere Jahre an der Hochschule Worms und der Hochschule Luzern. Als ehemaliger Vorstand und Geschäftsführer namhafter Unternehmen wie der Schöller Mövenpick GmbH, der BASF AG, der Adidas AG und der Zumtobel AG verfügt er über langjährige Praxiserfahrungen in der Führung und finanziellen Steuerung von Unternehmen. Heute berät Professor Gerberich vorwiegend mittelständische Unternehmen in den Bereichen Unternehmensführung, -strategie und Controlling. Zudem ist er als Aufsichtsrat in mehreren internationalen Unternehmen vertreten und lehrt an renommierten Hochschulen und Universitäten.

Marketing und Vertrieb im Einsatz für Open Innovation

- Aufbau eines systematischen Kontaktpunktmanagements
- Die Theorie der Schwarmintelligenz und das Lead User Konzept
- Bildung eines Kundenbeirats als Innovationsforum
- Formen der Zusammenarbeit wie Workshops und Online Plattformen

Erstellen eines Open Innovation Workshops für Lieferanten oder Kunden

- Zielsetzung, Vorbereitung und Durchführung des Workshops
- Gestaltung von Regeln der Zusammenarbeit
- Identifikation und Bewertung von IT-Lieferanten
- Auswahl und Bindung der Kooperationspartner
- Ergebnissicherung und -umsetzung
- Best-Practice-Transfer: Bewährte Open Innovation Projekte

Die interne Ideenwerkstatt

- Integration von Mitarbeitern im Ideenmanagement
- Ansätze und Empfehlungen zur praktischen Umsetzungen
- Einrichtung eines Anreizsystems

Einführung und Management von Open Innovation

- Stufenkonzept zur Einführung von Open Innovation
- Open Innovation als Bestandteil der Unternehmenskultur und treibende Kraft im Change Management
- Ablaufplan für die Durchführung von Open Innovation Projects
- Aufbau und Management von Online Plattformen

WEITERE SEMINARE MIT PROF. DR. CLAUS GERBERICH

Digitale Geschäftsmodelle

Cloud Computing, CMS, CRM, Data Driven Marketing und Sales

Das vernetzte Unternehmen

Die Anforderungen der vierten industriellen Revolution

KONTAKT

Sven Wiessner
Inhaber Exbase
Telefon: +49 (0)7531 922 82 33
E-Mail: sven.wiessner@exbase.de