



1. Aufl. 2018, IX, 53 S. 12 Abb.

Gedrucktes Buch

Softcover

9,34 € | £6.99 | \$19.99

[1]9,99 € (D) | 10,27 € (A) | CHF

10,50

eBook

4,99 € | £3.99 | \$9.99

[2]4,99 € (D) | 4,99 € (A) | CHF 6,00

Erhältlich bei Ihrer Bibliothek oder
springer.com/shop

MyCopy [3]

Printed eBook for just

€ | \$ 24.99

springer.com/mycopy

Christian Duncker, Lisa Schütte

Trendbasiertes Innovationsmanagement

Ein Modell für markenbasiertes Produktmanagement

Reihe: essentials

- **Interdisziplinäre Sichtweise auf Innovations- und Markenmanagement sowie Trendforschung**
- **Ein Prozessmodell für zukunftsgerichtetes Innovationsmanagement**
- **Steigerung der Effizienz und Zielorientierung von Innovationsprozessen**
- **Rechtzeitiges Erkennen von Marktopportunitäten zur Steigerung des Markenerfolgs**

Dieses essential zeigt, wie Innovationsentscheidungen in markenführenden Unternehmen mit Methoden der Trendforschung künftig besser hergeleitet und abgesichert werden können. Die Austauschbarkeit von Markenleistungen, fallende Preisniveaus und steigender Wettbewerbsdruck setzen Markenunternehmen zunehmend unter Druck. Nur mithilfe innovativer Leistungen ist es Unternehmen möglich, sich vom Wettbewerb abzuheben und bei den Zielgruppen eine Vorzugsposition zu erlangen. Nahezu zwei Drittel aller Neuprodukte scheitern auf den Märkten. Die Flop-Quote bei Konsumgütern beträgt, je nach Leistungsbereich, bis zu 85 Prozent. Um diese Quote künftig zu senken, kombiniert das vorliegende essential Erkenntnisse aus den Bereichen Brand Management, Innovationsmanagement und Trendforschung zu einer neuen, holistischen Sichtweise.

40% Autorenrabatt lebenslang



Erhältlich bei Ihrem Buchhändler oder – Springer Customer Service Center GmbH, Haberstrasse 7, 69126 Heidelberg, Germany / Call: + 49 (0) 6221-345-4301 / Fax: +49 (0)6221-345-4229 / Email: customerservice@springer.com / Web: springer.com

[1] € (D) sind gebundene Ladenpreise in Deutschland und enthalten 7% MwSt; € (A) sind gebundene Ladenpreise in Österreich und enthalten 10% MwSt. CHF und die mit [2] gekennzeichneten Preise für elektronische Produkte sind unverbindliche Preisempfehlungen und enthalten die landesübliche MwSt. Programm- und Preisänderungen (auch bei Irrtümern) vorbehalten. Es gelten unsere Allgemeinen Liefer- und Zahlungsbedingungen. Springer-Verlag GmbH, Handelsregistersitz: Berlin-Charlottenburg, HR B 91022. Geschäftsführung: Haank, Mos, Hendriks