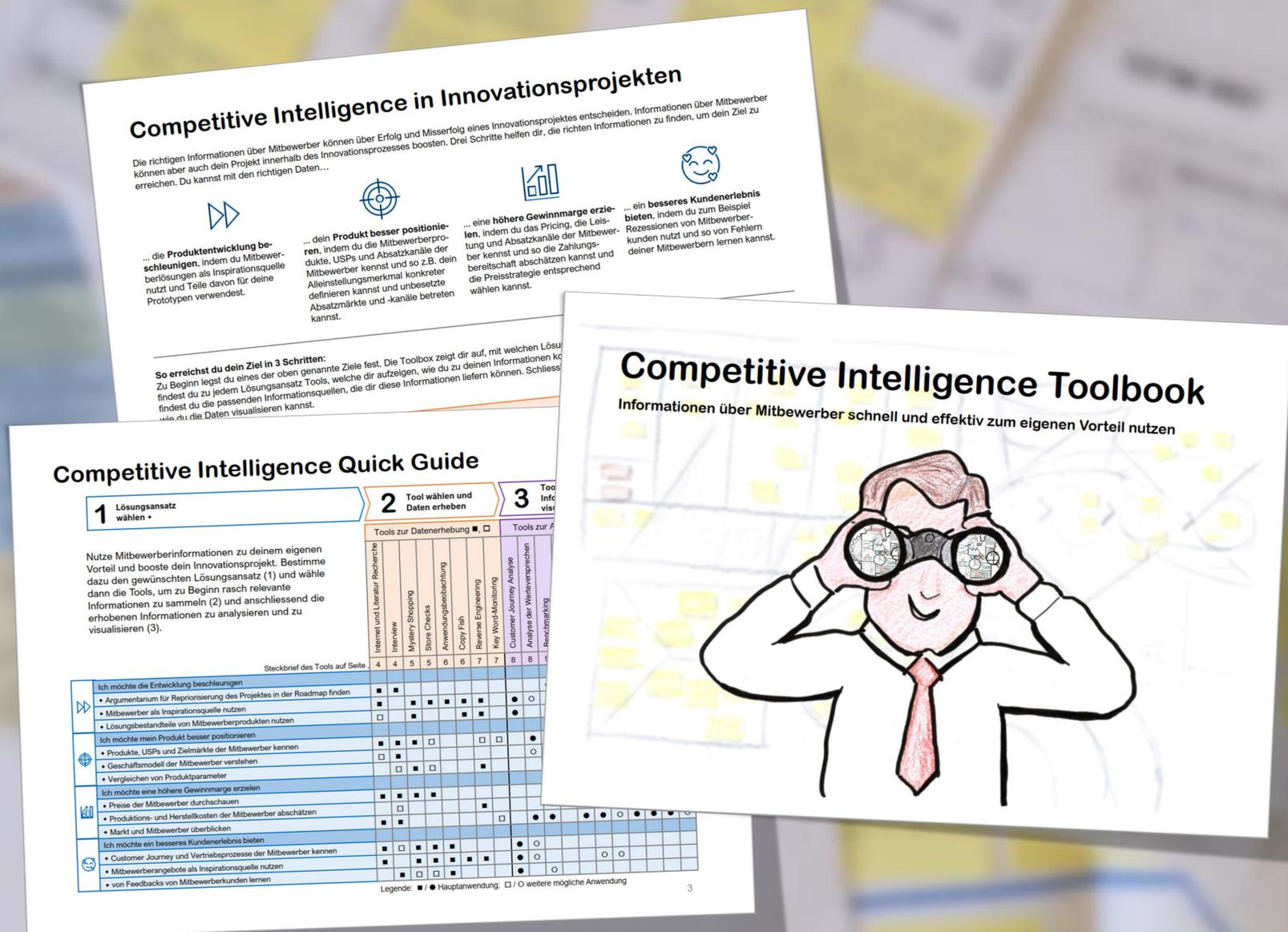


Competitive Intelligence in agilen Innovationsprozessen



© Markus-Antonio Sager

Problemstellung

Am Anfang von agilen Innovationsprozessen liegt der Fokus oft beim Kunden und seinen Bedürfnissen. Mitbewerber hingegen werden aber vielfach vernachlässigt. Diese Arbeit erforscht die Ursachen für die Vernachlässigung und untersucht die Schwierigkeiten und Herausforderungen im Umgang mit Informationen über Mitbewerber zu Beginn von Innovationsprozessen.

Der Umgang mit Mitbewerberinformationen ist von vielfältigen Schwierigkeiten geprägt und lassen sich auf das zurückhaltende Management, den limitierten Informationszugang und die mangelnde Qualität sowie auf die fehlende Methodik zurückführen. Vielfach werden zeitliche und personelle Ressourcen nicht bereitgestellt. Als externe Schwierigkeiten kommt die Erhebung von verlässlichen, glaubwürdigen und aktuell gültigen Informationen hinzu. Als grösste Schwierigkeit hebt sich dabei die Aktualität von erhobenen Informationen hervor, sodass in dynamischen Märkten Informationen rasch ihre Gültigkeit verlieren. Sind die Daten einmal erhoben, kommt das Unwissen über die strukturierte und effektive Weiterverarbeitung als Schwierigkeit hinzu.

Lösungskonzept (Verdana 17 pt Bold)

Um diesen Problemen entgegenzutreten, entstand nach mehreren Prototypen und Iterationen schliesslich das Competitive Intelligence Toolbox, welches dem Anwender dabei hilft, Informationen über Mitbewerber schnell und effektiv zum eigenen Vorteil zu nutzen. So kann der Leser mit Hilfe der richtigen Informationen

- die Produktentwicklung beschleunigen,
- das Produkt besser positionieren,
- die Gewinnmarge erhöhen oder
- ein besseres Kundenerlebnis bieten.

Die Validierung bestätigt, dass das Toolbox Anwendern hilft, Struktur und Planbarkeit in den Analyseprozess von Mitbewerbern und ihren Produkten zu bringen, indem es den Leser durch den Prozess führt und Tools sowie die geeigneten Quellen vorschlägt. Die Visualisierungsbeispiele dienen dem Leser als Inspiration und fördert die Auseinandersetzung, was überhaupt untersucht werden soll. Der Quellenkatalog hilft dabei, in intransparenten Märkten alternative Wege zu finden. Durch die Anwendung der richtigen Analyse und Visualisierungstechniken an Diskussionen und

Präsentationen gegenüber dem Management könnte mutmasslich der Stellenwert von Mitbewerbern in Prozessen und im Management gesteigert werden.

Markus-Antonio Sager

Betreuer:
Prof. Dr. Patrick Link
Andreas Bittig

Kooperationspartner:
CKW AG, Luzern



MASTER OF SCIENCE
IN ENGINEERING