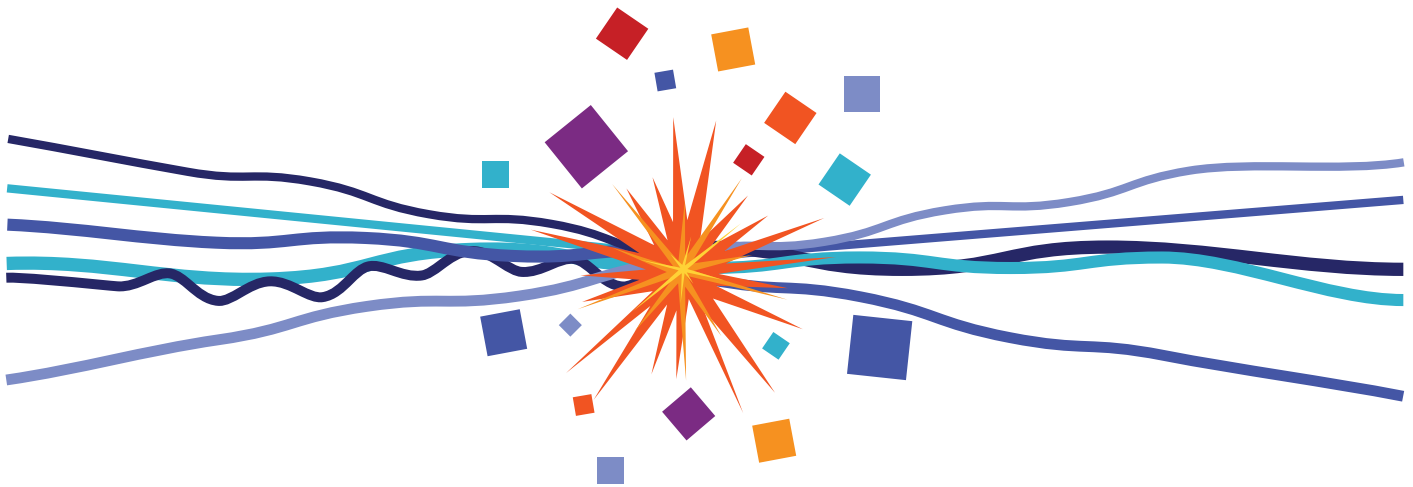


Innovation & Product Development



„Wir entwickeln Innovationsmanagement weg vom klassischen Prinzip des ‘Trial & Error’ mit seinen zufälligen Glückstreffern hin zu einem strategischen Geschäftsprozess mit gesichertem Innovationserfolg.“

Die TNS Innovation Journey

Aktiv Chancen eröffnen statt nur Risiken reduzieren

Innovation ist ein überaus riskantes Metier: Die Quote für missglückte Neuprodukteinführungen liegt – je nach Definition und Zeithorizont – zwischen 60 und 90 Prozent. TNS Infratest kann mit seiner Innovation Journey deutlich bessere Erfolgsquoten für Sie realisieren, neue Innovationschancen eröffnen sowie die Fehlerkosten in Ihrem Innovationsprozess senken. Dies erreichen wir durch eine starke Systematisierung des gesamten Prozesses, der dennoch ausreichend Raum für die Entfaltung von Kreativität zulässt – unsere Erfolgs-Formel ist das Wechselspiel von **Disziplin und Kreativität** im Einklang mit den strategischen Erfordernissen des Wettbewerbs.

Dabei kommt besonders den frühen Phasen im Innovationsprozess eine Schlüsselrolle zu. Denn Innovations-Management ist in erster Linie Portfolio-Management: Jedes Entwicklungsprojekt bindet Ressourcen. Je später ein Projekt aufgrund mangelnder Erfolgsaussichten gestoppt werden muss, desto höher sind die Fehlerkosten. Und je früher man die Erfolgschancen einer Initiative mit ausreichender Wahrscheinlichkeit erkennt, desto schneller und konsequenter kann auf die Markteinführung hingearbeitet werden.

Fokussierte Kreativität

Das Spannungsfeld zwischen **Disziplin und Kreativität** ist der Kern unserer Innovation Journey: Kreativität und Ideenentwicklung sind von kritischer Bedeutung. Ihr praktischer Erfolg ist daran geknüpft, dass im Vorfeld ein tiefes Verständnis für geeignete Innovationsplattformen im Markt geschaffen wird. Unter Innovationsplattformen verstehen wir Marktbedürfnisse mit signifikantem Nachfragepotential, die durch das momentane Marktangebot nicht zufriedenstellend abgedeckt werden.

Als Output der ersten Phase der Innovation Journey werden diese Innovationschancen in einem Steckbrief beschrieben und aufbereitet, so dass sich Teilnehmer einer Kreativsession in bestimmte Zielgruppen und deren Bedürfnisse lebendig einfühlen können. Dies ist der Ausgangspunkt dafür, dass der Kreativitätsfunke ungehindert zünden kann. Gleichzeitig wird der Funkenflug aber bereits in eine vielversprechende Richtung gelenkt. Konzepte, die aus einem solchen fokussierten Kreativitätsprozess entstehen, haben eine um den Faktor 3,5 höhere Chance, bei anerkannten Concept Testing Benchmarks über ‚Success Norm‘ abzuschneiden als der Status Quo.

Die Phasen der Innovation Journey von TNS Infratest

Für jede Phase haben wir die optimalen [Werkzeuge](#), die [Ihnen helfen](#) Ihre Innovation Challenge zu meistern.

Bei der [Analyse](#) der Marktchancen identifizieren wir für Sie geeignete Innovationsplattformen und beschreiben sie in einer Art und Weise, die im anschließenden Schritt direkt in die gezielte Ideen- und Konzeptentwicklung überleitet. In der Business Solution → [Insightment](#) werden ‚Consumer Insights‘ mittels einer Kombination von qualitativen Verfahren identifiziert. Die Solution → [Matrix](#) baut darauf mit einer quantitativen Innovationssegmentierung auf, die Innovationsplattformen entdeckt und umfassend beschreibt. Digitale Instrumente wie z.B. Social Media Insights (SMI) können dabei wertvolle Inspirationen für Einblicke in das Konsumentenverhalten und für die Identifikation von unerfüllten Bedürfnissen liefern.

Die Phase der Ideengenerierung greift die identifizierten Innovationsplattformen auf und entwickelt sowie optimiert Angebotskonzepte, die speziell auf diese Chancen zugeschnitten sind. Dabei ist die Solution → [Super Group](#) ein stimulierendes, neues Format eines Kreativworkshops, bei welchem die Balance zwischen Kreativität (speziell geschulte kreative Konsumenten) und Disziplin (aktive Mitwirkung des Auftraggebers) den Schlüssel zum Erfolg darstellt. Die Lösung → [HIP Crowd](#) (High-speed Ideation & Prediction Crowd) integriert mehrere Innovationsphasen und nutzt die Kreativität von Online-Communities, um eine große Anzahl an Ideen schnell zu entwickeln, zu verbessern und zu priorisieren. Zudem liefert die HIP Crowd eine frühe Abschätzung des Markterfolgs durch Social Forecasting.

Bei der [Konzept-Priorisierung](#) leistet die Lösung → [Concept eValueate](#) quantitatives Concept Screening. Hier werden sehr innovative Konzepte mit Potenzial („disruptive innovations“) als solche erkannt und nicht fälschlicherweise ausgesondert. Außerdem sind mit dieser Business Solution auch bereits erste Abschätzungen des inkrementellen Volumenpotentials möglich. Die Solution → [eValueate express](#) identifiziert Gewinnerkonzepte in meist 24 bis 72 Stunden – basierend auf unseren bewährten und validierten Erfolgskennzahlen. Die Lösung → [SuperClinic](#) ermöglicht die iterative Verbesserung von Konzepten mittels eines äußerst zeiteffizienten Designs.

Die Business Solution → [ValueManager](#) unterstützt Sie bei der Optimierung Ihrer Produkte und bei der Ausrichtung Ihrer Preisstrategie an den Wertwahrnehmungen Ihrer Kunden.

Mit Hilfe effizientester Choice Models finden wir den optimalen Preis und die beste Kombination von Produkteigenschaften für einzelne Produkte sowie für gesamte Produktlinien.

Die Lösung → [Product eValueate](#) bietet einen Konzept-Produkt-Test und bestimmt die Synergie zwischen der Produkt-Performance und den Erwartungen, die durch das Konzept geweckt wurden. Ein Health Check zeigt den zu erwartenden Erfolg eines neuen Produkts ebenso wie Optimierungspotenziale auf.

Im Anschluss werden [Absatzprognosen](#) für die finalen Konzepte als Basis für die ‚Launch GO/No-Go Entscheidung‘ erstellt sowie Optimierungen der Marketingpläne für die Markteinführung vorgenommen. Dafür steht als STM (simulierter Testmarkt) die Lösung → [Launch eValueate](#) zur Verfügung.

Um zu erfahren, wie erfolgreich eine Markteinführung ist muss man beobachten, wie sich ein neues Produkt in den ersten Tagen durchsetzt. Die Lösung → [Post-launch eValueate](#) überprüft sehr schnell, wie in den sozialen Medien die Reaktionen auf Neuprodukt-Einführungen ausfallen. Mithilfe umfangreicher Diagnostik unterstützen wir Sie zudem bei der Optimierung Ihrer Markteinführung.

TNS Dynamic Innovation

Unsere Innovationsexperten arbeiten seit über 30 Jahren partnerschaftlich mit Kunden aus aller Welt zusammen. Unsere Mitarbeiter denken flexibel und zukunftsorientiert. Dabei suchen sie stets nach noch besseren Innovationsprozessen und hinterfragen kritisch das traditionelle Branchen-Denken. Sie setzen Maßstäbe – die Bestätigung unserer Kunden und die nachgewiesenen Erfolge unserer marktführenden Tools belegen, dass wir exzellente Innovationslösungen liefern.

Unser oberstes Ziel ist es, Ihre Innovation Challenge zu lösen und aktiv Innovationschancen für Ihren Erfolg zu eröffnen.

Kontakt und weitere Informationen

Dr. Thomas Liehr

Senior Director Innovation & Product Development

t +49 89 5600 1520

f +49 89 5600 1611

e thomas.liehr@tns-infratest.com