
Vorwort

Produkte neu einzuführen ist ein ebenso spannendes wie schwieriges Vorhaben. Dieses Buch möchte Ihnen dabei helfen, Hürden leichter zu nehmen, Fehler zu minimieren und den Erfolg sicherer zu planen. Als Produktmanager war ich selbst viele Jahre in verantwortlicher Position mit der Neuprodukteinführung heute noch bekannter Produkte beschäftigt, deshalb kenne ich Probleme aber auch Chancen erfolgreicher Produkteinführungen aus der eigenen Praxis. Ich habe bewusst darauf verzichtet, eine wissenschaftliche Abhandlung zu diesem Thema zu schreiben. Deren gibt es zur Genüge. Mein Ziel ist es vielmehr, notwendige Arbeitsschritte zu diesem Thema verständlich und praktisch umsetzbar zu beschreiben.

Davon können alle diejenigen profitieren, die in Unternehmen mit der Einführung neuer Produkte befasst sind: die Geschäftsführer, Marketingleiter und Produktmanager wie auch Mitarbeiter in Agenturen und Unternehmensberatungen. Produkteinführungen sind – wie mancher vielleicht meint – nicht nur etwas für Großunternehmen, gerade auch kleine und mittelständische Unternehmen aus allen Branchen werden mit diesem Buch in die Lage versetzt, Innovation und Markteinführung in einem hohen Maße selbstständig, sicher und Erfolg versprechend zu absolvieren.

Betrachten Sie dieses Buch als eine Arbeitsanleitung. Sie haben immer die Möglichkeit, Erkenntnisse hinzuzufügen oder aber hier vorgestellte Empfehlungen wegzulassen. Dieses Buch bietet Ihnen eine reiche Fülle an ganz konkreten Tipps für die Einführung neuer Produkte. Checklisten helfen Ihnen, die Inhalte in Ihre eigene Praxis umzusetzen.

Trotz der großen Sorgfalt, die in die Erarbeitung dieses Buches gesteckt wurde, werden dennoch Fragen, Anmerkungen oder Kritik auftauchen, denn die Erkenntnisse zum Thema Produkteinführung entwickeln sich ständig weiter. Sollten Sie mit einem Problem nicht vorankommen, bin ich für Sie jederzeit ansprechbar unter der E-Mail: info@grossklaus-marketing.de.

Bülzig, im August 2013

Rainer H. G. Großklaus

Von der Produktidee zum Markterfolg
Innovationen planen, einführen und erfolgreich
managen

Großklaus, R.H.G.

2014, XVII, 246 S. 135 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-8349-4593-8