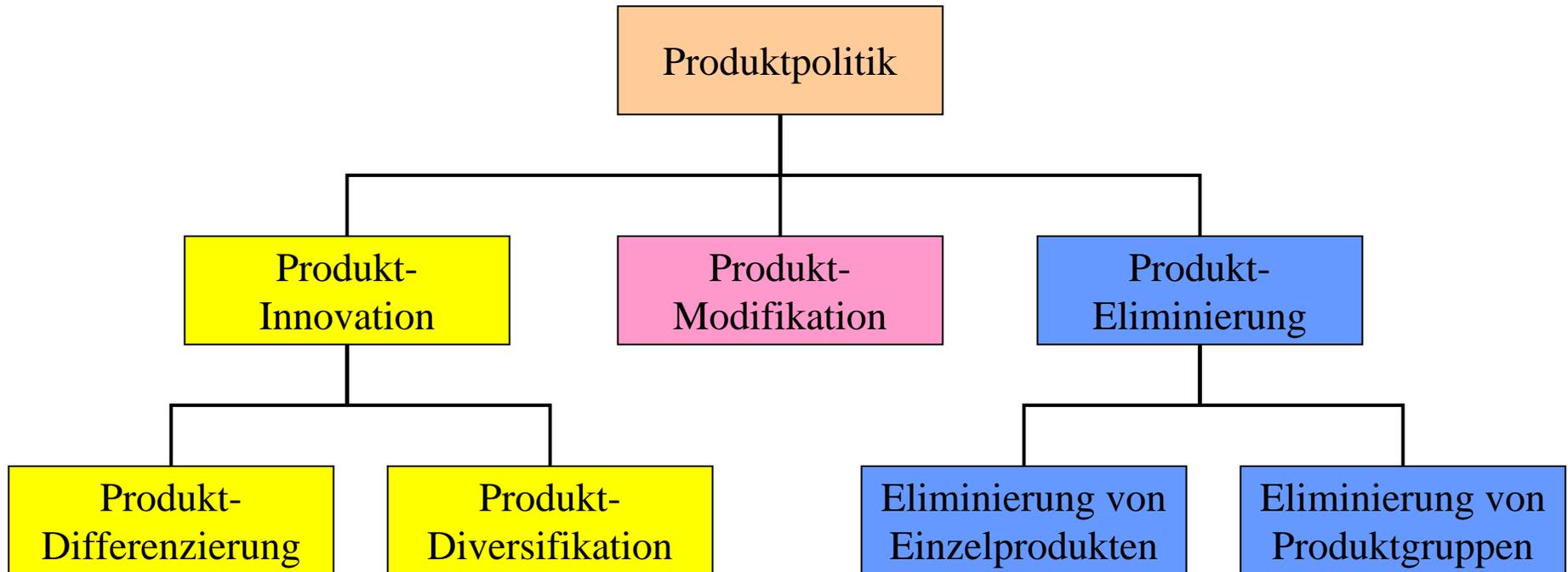




PLE



Produktpolitik



Beispiele zu Produktpolitik

Bisheriges Programm	Produkt Innovation		Produkt Modifikation	Produkt Eliminierung	
	Differenzierung	Diversifikation		Einzelprodukt	Produktgruppe
A1 B1 A2 B2 A3 A4 A5 A6	A1 B1 A2 B2 A3 B3 A4 A5 A6 A7 A8	A1 B1 C1 A2 B2 C2 A3 A4 A5 A6	A1 B1 A2 B2 A3 A4 A5 A6	A1 B1 A2 B2 A3 A4 A5 A6	A1 B1 A2 B2 A3 A4 A5 A6
2 Gruppen	2 Gruppen	3 Gruppen	2 Gruppen	2 Gruppen	1 Gruppe
8 Produkte	11 Produkte	10 Produkte	8 Produkte	7 Produkte	6 Produkte

Herkunft des neuen Produktes

- Kunden



- Wettbewerb



- Lieferanten



- Lizenzen



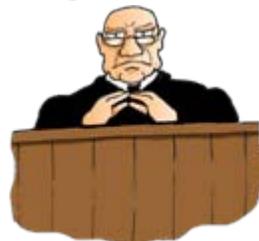
- neue Technologien



- Fachliteratur



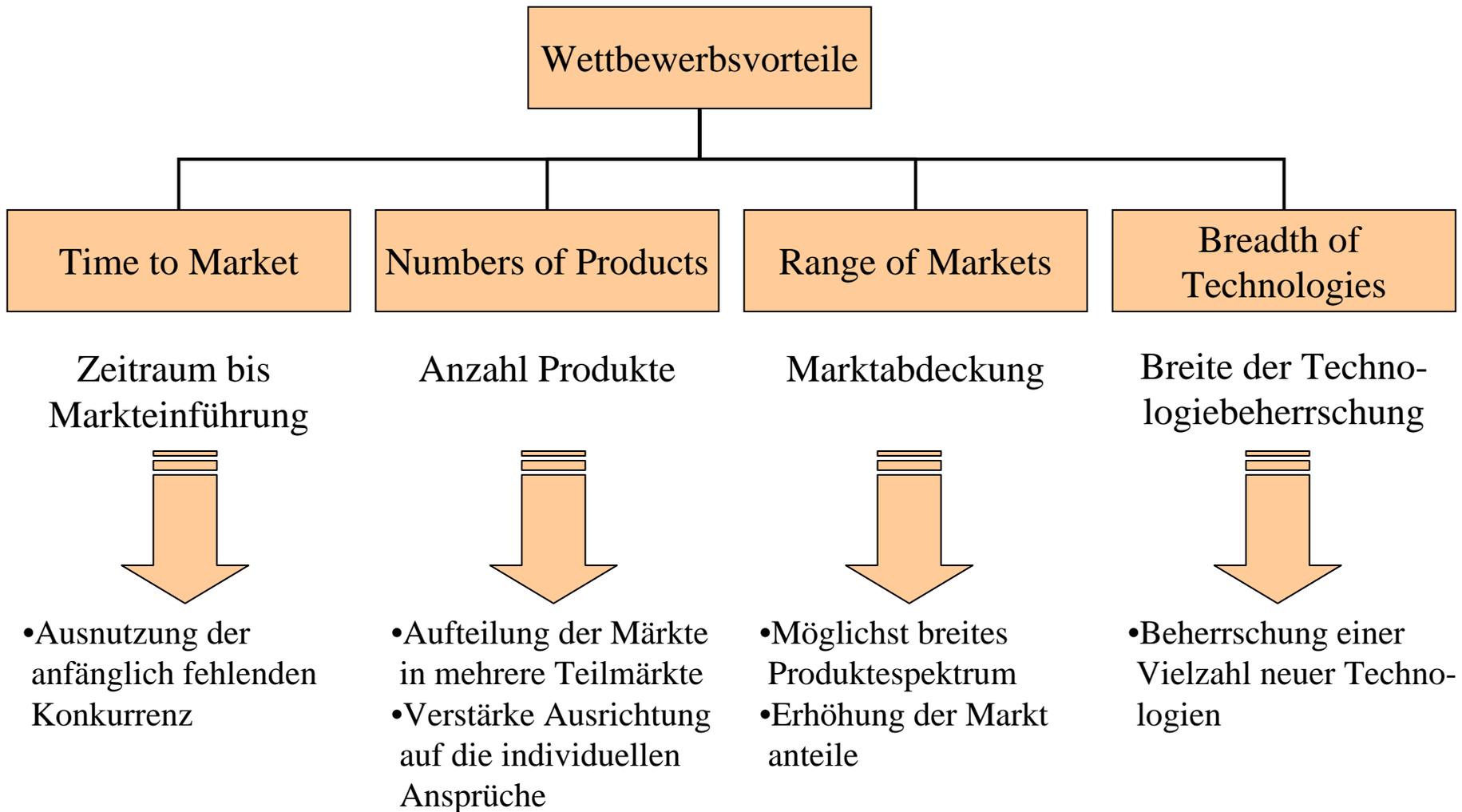
- Gesetzgebung



- Messebesuche



Wettbewerbsvorteile



Produktentstehungsprozess

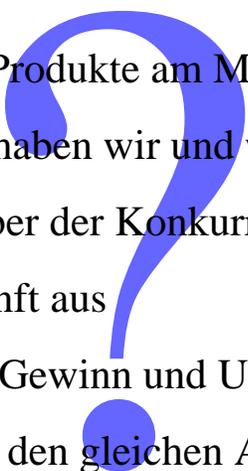
Langfristig erfolgreichen Unternehmen gelingt es, die Veränderung im Wettbewerbsumfeld zu erkennen und als Chance zu nutzen !

- ☹ Kürzere Produktlebenszyklen
- ☹ Steigende Anforderungen an Service
- ☹ Besser informierte Kunden

- 😊 Produktdifferenzierung
- 😊 kleinere Losgrößen
- 😊 grössere Typenvielfalt

➤ Investitionen müssen sich in immer kürzerer Zeit ammortisieren !

Fragen an das Unternehmen

- 
- Wie stark sind unsere Produkte am Markt gefragt
 - Wieviel Arbeitsvorrat haben wir und wie sieht der Auftragseingang aus
 - Wo liegen wir gegenüber der Konkurrenz
 - Wie sieht unsere Zukunft aus
 - Machen wir genügend Gewinn und Umsatz um überleben zu können
 - Habe ich nächstes Jahr den gleichen Arbeitsplatz wie heute

Was denken unsere Kunden von unserem Unternehmen ? Es sind schlussendlich unsere Kunden die bestimmen :

- 
- Ob unsere Produkte am Markt noch gefragt sind
 - Wieviel Aufträge wir im Haus haben und noch bekommen werden
 - Ob unsere Produkte besser sind als die der Konkurrenz
 - Ob man in Zukunft noch mit uns ins Geschäft gehen will
 - Unser Preis- Leistungsverhältnis stimmt
 - Ob ich nächstes Jahr noch einen Job habe

Treibende Kräfte des Marktes

- ***Visionen*** entwickeln, denn sie sind die Grundlage für langfristige Unternehmensstrategien und Zieldefinitionen
- ***Aufgaben (Missionen)*** erarbeiten, womit diese Visionen verwirklicht werden können
- ***Strategisch*** vorgehen bei der Festlegung der Aufgaben
- ***Planen*** der Aufgaben, und zwar so, dass sie realisiert und damit die definierten Ziele erreicht werden können
- ***Aktivitäten*** gemäss Plan ausführen
- ***Überprüfen*** der Übereinstimmungen der Ergebnisse mit den gesteckten Zielen
- Dort ***korrigieren***, wo notwendig, damit die gesteckten Ziele tatsächlich erreicht werden

Was der Kunde von uns erwartet

- *Funktionen*
- *Produkte und Dienstleistungen*
- *Prozesse*
- *Personen und Maschinen*
- *Organisation*