



INNOVATION NEU DEFINIEREN, UM WACHSTUM VORANZUTREIBEN

Wir leben in einer herausfordernden Zeit. Der Wettbewerb ist stärker denn je. Die Connected Consumer von heute haben höhere Anforderungen, sind gebildeter und verzeihen weniger als je zuvor.

Margen werden bis zum Letzten ausgequetscht, weil mehr und mehr Unternehmen einen Teil des Kuchens abhaben wollen. Wie können Sie mithalten?

Innovation war immer schon der Weg zum Erfolg. Während die Märkte zunehmend anspruchsvoller werden, ist Innovation in all ihren Facetten heute der Schlüssel zum Überleben. Deshalb ist es an der Zeit, das Konzept Innovation zu überdenken. Wenn wir von Innovation sprechen, geht es nicht nur darum, neue Produkte auf den Markt zu bringen. Die Herausforderung heutzutage ist, Innovation in jedem Schritt Ihrer Geschäftsabläufe einzubringen, von Ihrer Markteinführungsstrategie bis hin zur Distribution und in sämtlichen Schritten dazwischen. In Märkten, denen immer mehr die Luft ausgeht, ist Innovation die einzige Möglichkeit für Wachstum.

Innovation – in der tatsächlichen Bedeutung des Wortes – hat viele Gesichter. Das Kundenerlebnis perfektionieren, neue Produkte und Dienstleistungen entwickeln, Marken neu positionieren, das Portfolio optimieren, neue Markenstrategien, Märkte, Geschäftsmodelle, Distributionskanäle und Kundengruppen fallen alle in den Bereich Innovation.

Was können Sie mit diesem neuen Blickwinkel auf Innovation erreichen? Geschäfts- und Liefermodelle überdenken, sich an neue Ökosysteme anpassen, schnell und mutig agieren und agil sein. Alle diese Fähigkeiten zeichnen innovative Unternehmen aus. Und noch wichtiger: Dies sind die Faktoren, die ein beständiges Wachstum und Umsatzerfolge antreiben.

Kontinuierliche Innovation gibt Ihnen die Chance, die Konkurrenz abzuhängen. Vom Verständnis des sich ständig verändernden Marktumfelds über die Optimierung des Kundenerlebnisses bis hin zur Entscheidung die richtigen Vorhaben anzugehen, eine erfolgreiche Innovationsstrategie ist was Sie wirklich von der Konkurrenz abheben kann.

Die Innovationsexperten der GfK helfen durch ihren erprobten Ansatz bei der Umsetzung großer Ideen, die das Wachstum von Marken vorantreiben. 75 % der mithilfe unserer Innovationsprozesse getesteten Konzepte erreichen oder übertreffen die Verkaufsziele. Das ist zwei- bis dreimal so viel wie der Branchendurchschnitt. Wir wissen, dass Innovation in allen Geschäftsfeldern zum Erfolg führt und wir haben uns dem Ziel verschrieben, die Insights zu liefern, die das ermöglichen.

Kontaktieren Sie uns, um mehr über unseren Ansatz zu erfahren und wie wir Ihnen zu neuem Wachstum verhelfen können.

Über GfK

GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über 80 Jahre Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13.000 Experten vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus großen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.