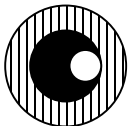


Conjoint Analyse

Leitfaden zur kundenwertorientierten Produktentwicklung
mittels Conjoint Analysen

Univ.-Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Horst Wildemann



TCW Transfer-Centrum für Produktions-Logistik und Technologie-Management GmbH & Co. KG
Leopoldstr. 145 • 80804 München
Tel. 089-36 05 23-0 • mail@tcw.de • www.tcw.de

Horst Wildemann

Conjoint Analyse

Leitfaden zur kundenwertorientierten Produktentwicklung mittels Conjoint Analysen

Copyright by TCW Transfer-Centrum GmbH & Co. KG

17. Auflage 2021

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Wildemann, Horst

Conjoint Analyse

Leitfaden zur kundenwertorientierten Produktentwicklung
mittels Conjoint Analysen

ISBN 978-3-937236-21-6

TCW Transfer-Centrum für Produktions-Logistik und Technologie-Management GmbH & Co. KG

Leopoldstr. 145 • 80804 München

Tel. 089-36 05 23-0 • mail@tcw.de • www.tcw.de •

Alle Rechte, auch die der Übersetzung in fremde Sprachen, vorbehalten. Kein Teil dieses Werkes darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages in irgendeiner Form, auch nicht zum Zwecke der Unterrichtsgestaltung, reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet werden.

Kunden haben in Zeiten schneller Informationsverbreitung immer höhere und präzisere Anforderungen an Produkte und Dienstleistungen. Des Weiteren nimmt die Wettbewerbssituation auf vielen Märkten immer noch stetig zu. Kostengünstige Anbieter aus Osteuropa, den Tigerstaaten oder China drängen in Märkte mit qualitativ hochwertigen und technologisch komplexen Produkten.

Bedürfnisse müssen präventiv erkannt und zeitlich vor dem Wettbewerb in Produktkonzepte umgesetzt werden. Ziel muss es sein, möglichst maßgeschneiderte Leistungsangebote zu angemessenen Preisen hervorzubringen. Letztendlich muss es also das Ziel eines jeden Unternehmens sein, die externen Anforderungen der Kunden mit den internen Möglichkeiten des Unternehmens in Einklang zu bringen.

Im Fokus der Betrachtungen steht dabei die Befragungsmethode der Conjoint Analyse. Die ermöglicht die systematische Erfassung und Bewertung von Kundenanforderungen. In einer integrierten Anwendung mit anderen Methoden können jedoch noch weitreichendere Ergebnisse erzielt werden.

Mit diesem Leitfaden soll...

- ... gezeigt werden, welche Leitlinien bei einer kundenwertorientierten Produktgestaltung zu berücksichtigen sind,
- ... gezeigt werden, welche Gestaltungsfelder und Ansatzpunkte es bei der Produktgestaltung gibt,
- ... erläutert werden, welche Themen konkret zu behandeln sind und wie die Vorgehensweisen im Detail aussehen,
- ... aufgezeigt werden, welche Methoden eine kundenwertorientierte Produktgestaltung unterstützen, wann welche Methoden eingesetzt werden müssen und welche Potenziale sich realisieren lassen,
- ... der Erfolg von Produktgestaltungsprojekten in der Vergangenheit behandelt werden.

Inhalt

1	Trends der Wirtschaft, Produktgestaltung und Marktforschung
2	Leitlinien einer kundenwertorientierten Produktgestaltung
3	Gestaltungsfelder der Produktentwicklung
4	Bausteine zur kundenwertorientierten Produktgestaltung
5	Conjoint Analyse als Instrument zur Produktgestaltung
6	Wirkungen der kundenwertorientierten Produktgestaltung
7	Fallstudien
8	Literaturverzeichnis

Übersicht Bausteinkonzept

