

Innovation im Internet ist mehr als eine Me-too Strategie

Forst - Wenn Innovation im Internet ein zentraler Schlüsselfaktor für eine Wettbewerbsfähigkeit ist, was machen dann erfolgreiche Innovatoren anders? Sie denken weniger und handeln schneller. Ganz einfach.

Wenn Innovation im Internet ein zentraler Schlüsselfaktor für eine Wettbewerbsfähigkeit ist, was machen dann erfolgreiche Innovatoren anders? Sie denken weniger und handeln schneller. Ganz einfach. Eine Me-too Strategie Tragetaschen dem Kunden im Internet anzubieten und mit einem Kontaktformular zu zwingen, eine Anfrage an ein Unternehmen zu stellen, haben ausgedient. 2002 wurden bei uns einfache, bildliche und schöne, eigene Motive entwickelt und mit geringen Abnahmemengen auf dem Markt angeboten. Die Folge? Gerade kleine Unternehmen profitieren davon. Wiederkehrende Bestellungen sind die Folge von der sofortigen Verfügbarkeit und dem wechselnden Produktsortiment. Als Produzent von Polymere Produkten stellen wir eigentlich Stapelboxen, Sichtlagerkästen, Schneeschieber und Werkzeugkoffer her und sollten uns darauf beschränken, meinen befragte Unternehmensberater.



Wir verfolgen aber die Strategie: Den Kunden nicht bloß zufrieden zu stellen, sondern ihn zu verblüffen. Stapelboxen, Tragetaschen, Werkzeuge, Verpackungsmittel und Manufakturprodukte, wie Hochzeitsalben aus Holz, passen einfach nicht zusammen. Das wissen auch wir. Auch die bei uns erwerbbareren Teddys, in den Übergrößen von bis zu 2 Metern, sind nicht wirklich mit einer Stapelbox für die Werkstatt vereinbar. Wir möchten dem Kunden aber einen Schritt voraus sein. Ein Käufer, der ausschließlich Werkzeug bei uns kauft, wird irgendwann auch einmal zu einer Hochzeit eingeladen werden. Was liegt also näher, als auch ein Holzalbum bei uns zu ordern, welches er als außergewöhnliches Geschenk weiter geben kann, denn ein zufriedener Kunde ist ein guter Kunde. Ein qualitätssicheres Produkt zu bieten - unsere Aufgabe. Darin sehen wir Innovationskräfte.

