

Workshop

Kundenmehrwert Nachhaltigkeit

Die Situation

- Die eigenen Nachhaltigkeitsbemühungen bei der Produktentwicklung rentieren sich nicht
- Die tatsächlichen Nachhaltigkeitsbedürfnisse des Kunden sind unklar und der Mehrwert der eigenen Produkte wird nicht erkannt
- Die eigene Position in der Wertschöpfungskette ist schwach
- Der Spielraum für nachhaltige Veränderungen in der Produktgestaltung erscheint gering

Das Zielbild

- Hoher ökonomischer Nutzen und attraktive Margen mit nachhaltigen Produkten
- Ein klares und attraktives Wertversprechen für die Kunden
- Die Positionierung als relevanter Treiber in der Wertschöpfungskette
- Ein Produkt- und Innovationsportfolio mit echtem Nachhaltigkeitsmehrwert für alle Anspruchsgruppen

Unser Versprechen

- Die **Nachhaltigkeitsbedürfnisse** der Kunden sind verstanden
- Die attraktivsten Kunden sind identifiziert
- Der potentielle **Nachhaltigkeitsmehrwert der Produkte** für die Kunden ist erkannt
- Mögliche Lücken und **Verbesserungspotentiale** sind identifiziert
- Ein attraktives Nachhaltigkeits-**Wertversprechen** ist formuliert

Der Ablauf

Schritt 1

- Aufsetzen des Projektteams

2-Tages- Workshop (Tag 1)

- Identifizierung der vielversprechendsten Kunden und Werttreiber in der Wertschöpfungskette
- Auswahl der Interviewpartner
- Vorbereitung der Kundeninterviews

Durchführung der Interviews durch die Workshopteilnehmer

2-Tages- Workshop (Tag 2)

- Zusammenführung und Review der Interviewergebnisse
- Analyse und Auswertung der Unmet Needs
- Herausarbeitung des eigenen Nachhaltigkeits-Mehrwerts für die unterschiedlichen Anspruchsgruppen
- Definition möglicher Lücken und Verbesserungspotentiale
- Formulierung des künftigen Wertversprechens
- Ableitung nächster Schritte

Unser Mehrwert

- Eine neutrale, unvoreingenommene Perspektive auf bestehende Produktlösungen
- Besondere Expertise in der Analyse und Schärfung von Kundenbedürfnissen
- Eine ganzheitliche, lösungsoffene Sicht auf die Beziehungen und Potentiale in der Wertschöpfungskette
- Langjährige Erfahrung in der Identifizierung und Weiterentwicklung attraktiver, neuer Geschäftschancen
- Erprobte Methoden und Kriterien für eine zuverlässige Bewertung von unklaren Innovationspotentialen