

Kundenressourcen nutzen in der Produktweiterentwicklung

Studiengang : EMBA | Vertiefung : EMBA Innovation Management

Die heutigen Möglichkeiten in der Entwicklung, insbesondere in der Software, führen zu einer häufig stetigen Weiterentwicklung von Produkten. Wünsche und Ideen von Kunden finden vermehrt den Weg in die Unternehmen. Meist können aufgrund von Ressourcenengpässen aber nicht alle Ideen weiterbearbeitet werden. Die Bereitschaft von Kunden die Weiterentwicklung zu unterstützen ist oft vorhanden und sollte besser genutzt werden.

Das Web 2.0 ermöglicht Kunden, sich über Produkte und Verbesserungsmöglichkeiten zu informieren. Bietet eine Weiterentwicklung des Produkts für den Kunden einen relevanten Vorteil, ist oft die Bereitschaft vorhanden, den Hersteller darauf aufmerksam zu machen und allenfalls sogar bei der Umsetzung zu unterstützen. Das führt bei vielen Produkten zu einer langen Liste von Weiterentwicklungsoptionen, meist für die Unternehmen mit eigenen Ressourcen nicht zu bewältigen. Eine Priorisierung ist unerlässlich, aber in einem agilen Umfeld nicht einfach.

Herausforderung

Wie können Kunden am Entstehungsprozess von Weiterentwicklungen beteiligt werden? Wie kann der Kunde insbesondere dazu motiviert werden, sich an einer regelmässigen Beurteilung und Bewertung zu beteiligen? Wie kann interessierten Kunden die Möglichkeit geboten werden, die Umsetzung mit eigenem Ressourceneinsatz zu unterstützen? Inwiefern ist das mit agilen Entwicklungsprozessen vereinbar?

Umsetzung

Die Untersuchung von vier Unternehmen bestätigt, dass eine Verbesserung der Methodik im Bereich der Priorisierung und der Einbindung von Kunden erstrebenswert ist. Vermehrt werden Umfragen gemacht oder Prioritätslisten mit den Hauptkunden synchronisiert. Dabei erhalten aber nicht alle Kunden die Möglichkeit, sich zu beteiligen und nur die umfassenden Erweiterungen werden zur Beurteilung vorgelegt. Vermehrt werden aber von Firmen bereits Ideenportale eingesetzt. Unter anderem die Transparenz führt zu einer aktiven Teilnahme, so gingen beispielsweise bei der Firma «bexio» von den Kunden im letzten Jahr ca. 1000 Verbesserungsvorschläge ein. Die zusätzliche Möglichkeit der Stimmabgabe für Ideen anderer ist dabei zwar ein guter erster Schritt, für eine Priorisierung aber ungenügend aussagekräftig. Es lässt keine Wert-Gewichtung durch den Kunden zu und ermöglicht damit auch keine Beurteilung im Sinne von Aufwand und Ertrag. Am Beispiel vom Produkt

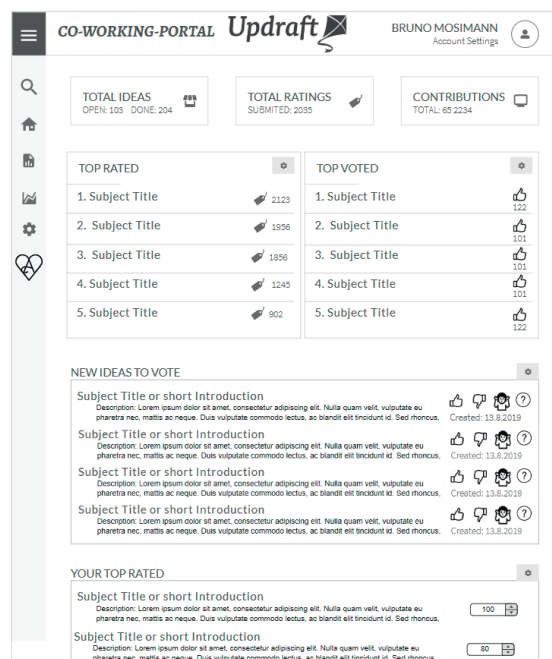
«Updraft» der Firma «Apps with love AG» wurde ein System zur mehrstufigen, kontinuierlichen Bewertung durch Kunden entwickelt. Damit erhält der Kunde die Möglichkeit, auf einfache Weise die Weiterentwicklung zu beeinflussen und gleichzeitig das Unternehmen zu unterstützen. Ein erster Schritt in Richtung Kollaboration mit dem Kunden.

Fazit

Die entwickelte Systematik zeigt einen ersten, für viele Unternehmen bereits hilfreichen Schritt im Bereich der Kundeneinbindung auf. Mit überschaubarem Aufwand kann dieser erste Schritt bereits unterstützend eingesetzt werden. Weitere Praxisversuche und Analysen sind aber notwendig. Es gibt noch viele Unsicherheiten und Potentiale, die innerhalb dieser Arbeit nicht abschliessend untersucht werden konnten.



Bruno Mosimann



Mockup Co-Working-Dashboard für «Updraft» von der «Apps with love AG»