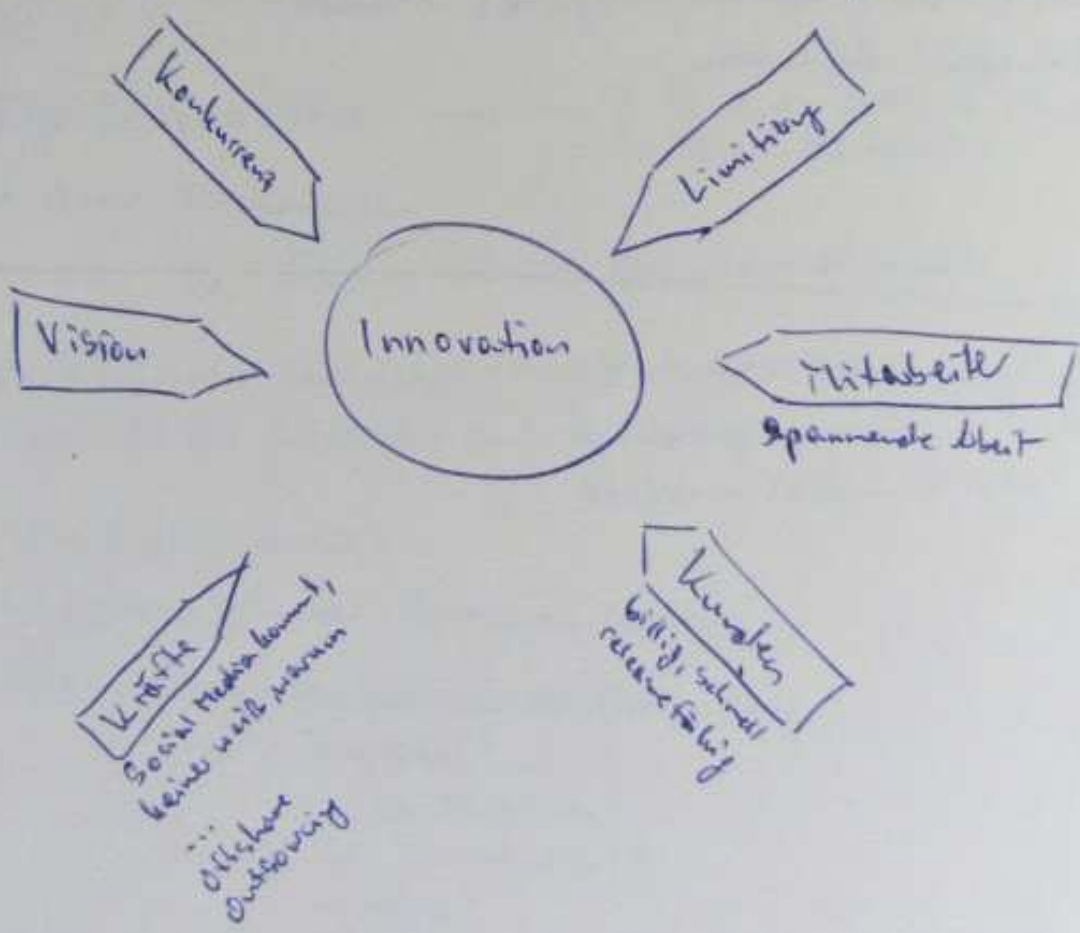


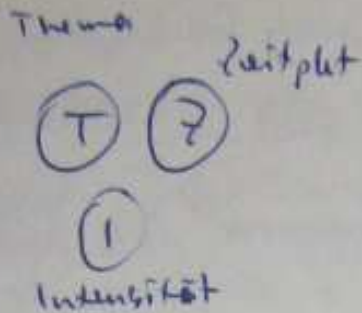
Der richtige Zeitpunkt für Innovation

BSI (Schweizer Firma) Geschäftsfahre berichtet von seinen Methoden
EBIT ~ Gewinn

- Langsame Absatz bei Innovationen kann auch zum Erfolg führen (Schweiz!)
- Produkt bei BSI: CRM (Customer Relation Mgt)
- Gleichviel investieren in Fachlichkeit und Technik
- Entscheidungen möglichst tief in der Hierarchieebene treffen (wo Leute genau verstehen, warum es da geht)
- Misserfolg - warum? Falsche Zeitpunkt - zu früh - zu spät



• Methode BSI:



Was? Wann? Wie intensiv?

• Methode "Hype Cycle" (Gartner (?)) → "1st Schritt"

These: Kurve ist viel zu steil angenommen

• <http://books.google.com/ngrams>

Zeigt langfristige Trends, Prozentwerte

1860 bis 2000+ (normal: 5-10 Jahresfrist ansehen)

Achtung, Schreibweise hat Einfluss

(phone, telephone, mobile...)

Case sensitiv)

(ngrams sucht nach Gesamtbegriff, nicht als Teilstück in größeren Ausdrücken)

Bsp: Hype? Facebook, Google, Twitter, Myspace, Yahoo ab 1992

• 1x pro Woche ngrams füllen + beobachten

• www.google.com/trendsist nicht normiert, d.h. keine Prozentwerte, sondern absolute ^{Aufträge}

• Achtung, man muss wissen, nach welchem Begriffen man sucht

• Bsp: Suchen nach "Sharepoint", wird von Profis verwendet, das sieht man an den Einbrüchen immer zu den Weihnachtsferien

• Bsp: salesforce und Siebel

↙ steigt

↘ sinkt

(google trends)

Innovationen...

- Suchabfragen nach Ländern zeigt weitere Sicht

→ "Meine Methode": Go West and East

Korea/Japan

"Bloomberg Businessweek"
lesen

Klingeltöne
Spiele (social gaming,
role play internet)

Was finden sich die Worte,
die man suchen kann

- Webseiten ^{der} Konkurrenten
- MIT - Gespräche
- Angebotsanfragen (Schlagwörter)
- Sourceforge.net
- Konferenzen, Gespräche, Small Talk
- CVs (Lebensläufe)

→ BSI-Methoden

z. B. Stellenausschreibungen

- Anzahl Ausschreibungen zu einem Thema mit einem (Mass-)Kritik
(Wörter zählen) oder eine Präferenz

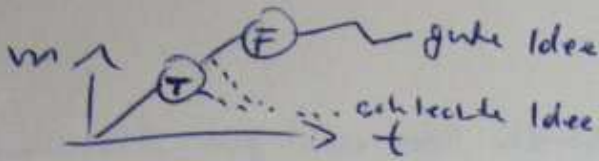
- Stabilität

- Verbreitung

- auch: Unterstützung durch große Player

• Ideen verfolgen

- programmieren oder einfach zuschauen: Metriken verfolgen



T - Technik (Schnelles entscheiden)

F - Fachliche Punkte (länger werden: 3-4 Jahre)

m - Metriken, u.a. aus Google-Kurven und aus eingehenden Kundenanfragen

• Prozess

Erkennen Themen aufnehmen, Ist. messen	Versuchen Prototyp, Erfahrungen sammeln	Entscheiden Gut mit... First? Last? Intensität!	Lancieren Mindset, Marketing + PE Ansbildy	Hinterfragen "reiten wir ein totes Pferd"?
			BSI- Prozess	?
2 Jahre	1 Jahr		2 Jahre	
	Begehrte Kunden involvieren!			

Spät viel investieren
oder
früher wenig investieren

↑ Jahre: Fristen abhängig von
Umfeld + Branche

- Metriken bewusst entscheiden
 - Was sind unsere Kriterien

- "Wahrheiten":

1. Wenn jemand zahlt, ist die Idee wohl gut. Also sehr früh Kunden fragen.
2. Gute Chef erkennt gute Ideen und fördert sie.
3. Nicht jeder hat gute Ideen. Nur wer "Nein" sagen kann, kann auch "Ja" sagen. Ideen hat jeder, gute nicht. Ideen auswählen. → = Geld investieren
4. Erster sein ist keine gute Idee. Außer man hat großes Marketingbudget - oder ist ein Genie.