

KSS - Robert G. Cooper: "Winning at New Products"

Robert G. Cooper beschreibt in seinem Buch "Winning at New Products" den kompletten Prozess für die Entwicklung eigener neuer Produkte.

Was ist besonders an diesem Buch?

1. Der Autor betrachtet den Prozess ganzheitlich und vollständig, von der ersten Idee bis hin zur Markteinführung, nicht nur das Entwicklungsprojekt
2. Er hat einen einfachen Ansatz und sagt: für den Erfolg ist beides notwendig: *„doing the right projects and doing projects right“*¹⁾
:
3. Er untermauert seine Thesen mit den Ergebnissen vieler empirischer Untersuchungen aus unterschiedlichen Branchen.
4. Der Autor erklärt, warum zuverlässige Marktstudien vor dem Start der Entwicklung, sowie ein Marketingplan und ein genaues Vermarktungskonzept für das fertige Produkt für den Erfolg genauso wichtig sind, wie das technisch erfolgreiche Entwicklungsprojekt.
5. Es wird beschrieben, dass Eigenentwicklungsprojekte eine hohe „Sterberate“ haben müssen:
*„for every 7 concepts, one succeeds,
for every 4 development projects, one becomes a commercial winner“*²⁾
Das kann ich aus meiner Erfahrung bestätigen, es ist notwendig sich so rechtzeitig wie möglich von „Fehlentwicklungen“ zu trennen, das spart Entwicklungs-Ressourcen und macht Entwicklungs-Zeit für die erfolgreicherer Projekte frei.
Eine Statistik über gescheiterte Projekte ist für Erfolg und Wachstum von Unternehmen mit eigenen Produkten solange irrelevant, als diese Unternehmen rechtzeitig und genügend viele neue Produkte entwickeln und erfolgreich auf den Markt bringen können.
6. Cooper beschreibt ausführlich den gesamten Prozess, mit vielen Beispielen und Anregungen. Neulinge können sich in das komplexe Thema einlesen und es von Grund auf lernen, die Erfahrenen können mit Hilfe des Buches ihre Produktentwicklungsprozesse überprüfen und verbessern.

Was mir nicht gefällt:

Cooper lässt sich „seinen Stage-Gate-Prozess“ (Gate anstelle von Milestone) als Gebrauchsmuster schützen. Neu war zum Zeitpunkt der Veröffentlichung aus meiner Erfahrung und Sicht vielleicht die Namensgebung als Stage-Gate-Prozess, nicht aber der Inhalt des Prozesses.

Trotzdem **meine Empfehlung:** dies ist meiner Meinung nach das beste Standardwerk für dieses Thema,

ein Muss für alle Führungskräfte, Projektmitarbeiter, Marketingfachleute und Vertriebsmitarbeiter von Unternehmen, die eigene Produkte entwickeln und auf den Markt bringen.

1) Einleitung, S. xi

2) Kapitel 1: „Winning is Everything“, S. 12