

Alles wie gewohnt oder neue Perspektiven?

Liebe Leserin, lieber Leser,

Was mich als Trainer und Berater immer wieder erstaunt, ist die Tatsache, dass manche Firmen lieber alles so wie bisher machen möchten, statt andere Blickwinkel kennen zu lernen.

Diese Firmen umgeben sich lieber mit den stets gleichen Gedanken, Menschen und Sichtweisen, die ihnen wohl bekannt sind - ist ja auch bequem.

Diese Firmen übersehen dann aber die neuen Trends und Entwicklungen und werden erst wach, wenn die Mitbewerber in ihrem Vorgarten auftauchen und die Kunden scharenweise zur Konkurrenz überlaufen.

So haben das Versandhaus Quelle den Online-Handel, der Filmhersteller Kodak die digitale Fotografie, der Handyhersteller Nokia das Touchpad und der Autohersteller Peugeot die globale Produktion verschlafen.

Auch in der Healthcare-Industrie verschlafen heute einige renommierte Firmen aktuelle Entwicklungen, die sich am Horizont abzeichnen, beispielsweise:

- Den Dialog mit Patienten und Betroffenen intensivieren -
durch produktneutrale Aufklärung und Webseiten

- Das Produkt-Lebenszyklus-Management rechtzeitig vor dem Patentablauf planen (sollte nicht überraschend kommen!)
- Die angemessenen Leistungskenngrößen erfassen und den Return on Investment von Maßnahmen abschätzen
- In klinische Studien Outcome-Kriterien einbauen, die evidenzbasierte Kosten-Nutzen-Bewertungen ermöglichen
- Externe Dienstleistern durch Pilotprojekte kennenlernen, um gegenüber der Einkaufsabteilung gut argumentieren zu können
- Die Chancen des Internets durch leicht auffindbare Webpräsenzen und nutzenstiftende Newsletter nutzen.

Frage

Wo befinden sich Sie bzw. Ihre Firma im Spannungsfeld zwischen dem Bewährtem und dem Neuen?

Gehören Sie zu denen, die vorwiegend beobachten, was um sie herum passiert - oder zu denen, die sich bewusst frische Impulse und kreative Anregungen holen, um innovativ zu bleiben und sich einen Platz im Zug in die Zukunft zu sichern?

Empfehlung

Ergreifen Sie mutig die Chancen (einschließlich der damit verbundenen Risiken), die der Markt bietet!

Management-Guru Tom Peters beschrieb die dafür hilfreiche innere Haltung treffend mit dem Rat "Get comfortable being uncomfortable".

Passender Buch-Tipp

"The Innovators Dilemma: Warum etablierte Unternehmen den Wettbewerb um bahnbrechende Innovationen verlieren" von Clayton Christensen. Der Autor zeigt die Risiken, die erfolgreiche Firmen eingehen, wenn sie stets entlang der gewohnten Denkweisen und Methoden handeln.

Seminar-Tipps

Medical Advisor Workshop www.medicaladvisorworkshop.de

Erfolgreich im Pharma-Marketing: www.professionelles-produktmanagement.de

Lassen Sie sich von neuen Ideen inspirieren und beflügeln - das wünscht Ihnen

Ihr Günter Umbach

Newsletter-Archiv: <http://www.umbachpartner.com/cms/de/rat-ideen-tips/newsletter-archiv.html>

Jeweils aktuellen Newsletter gratis beziehen: www.tipps-trends.com