



Innovationsmanagement

Blue Ocean Strategy



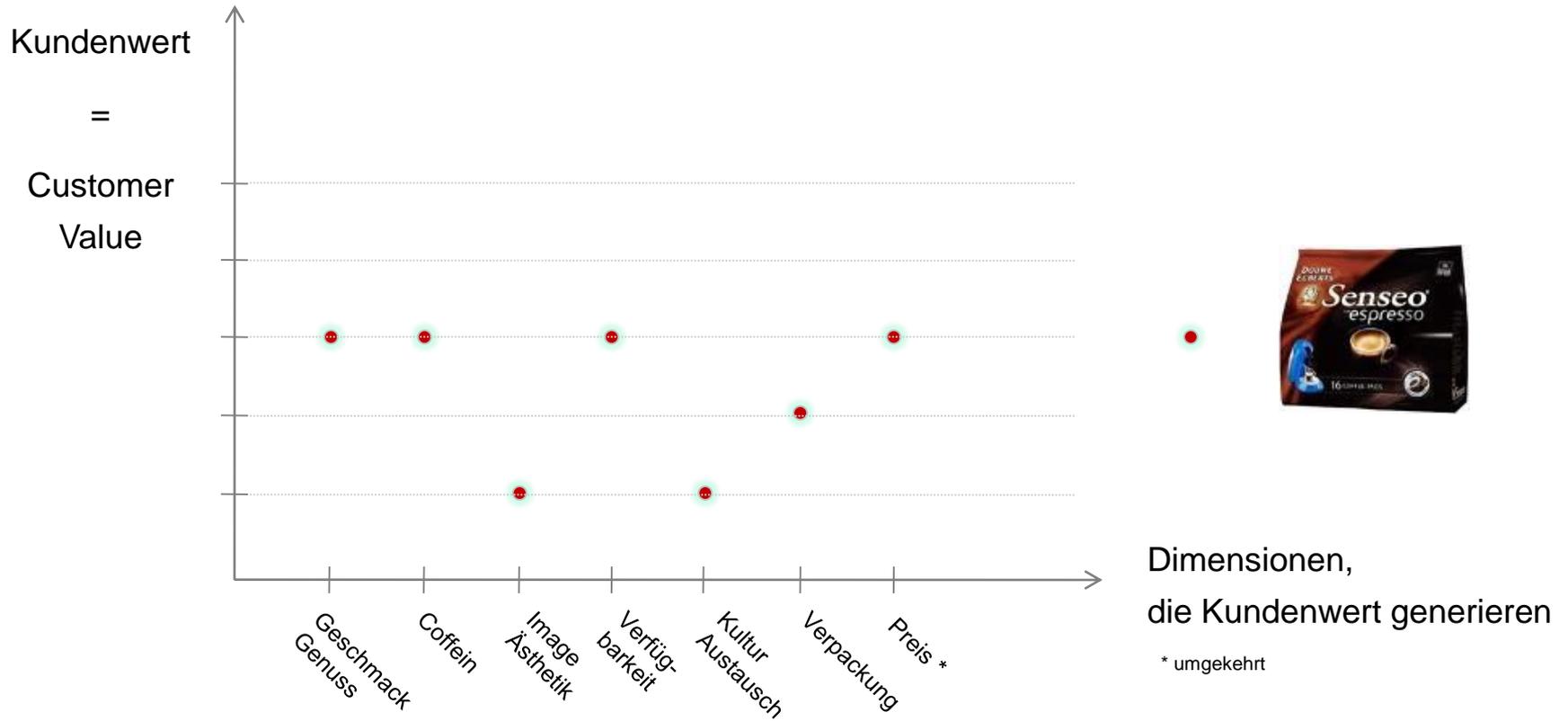


Customer Experience Design _ Kaffeemaschine mit Kaffeepads Senseo original



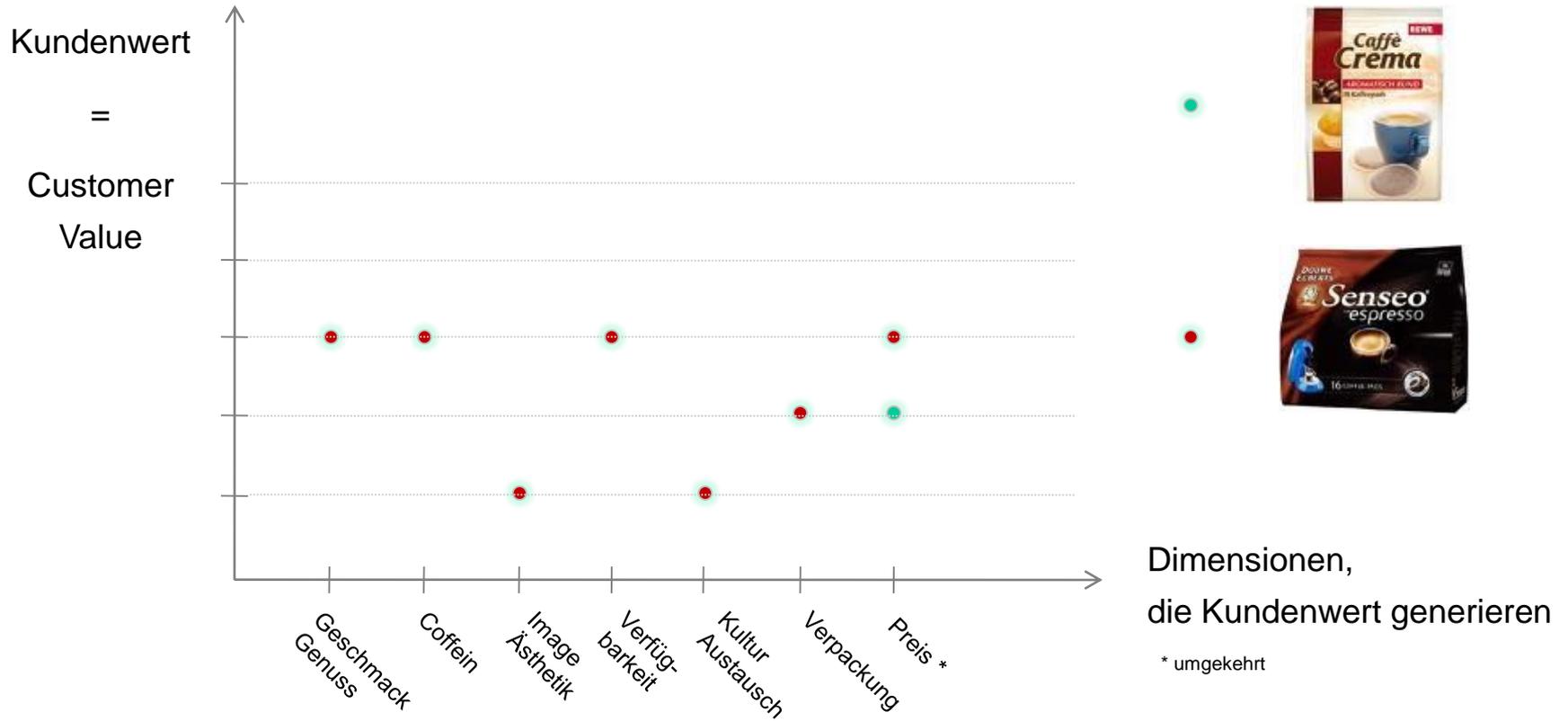


Customer Experience Design _ Kaffeepads Senseo original





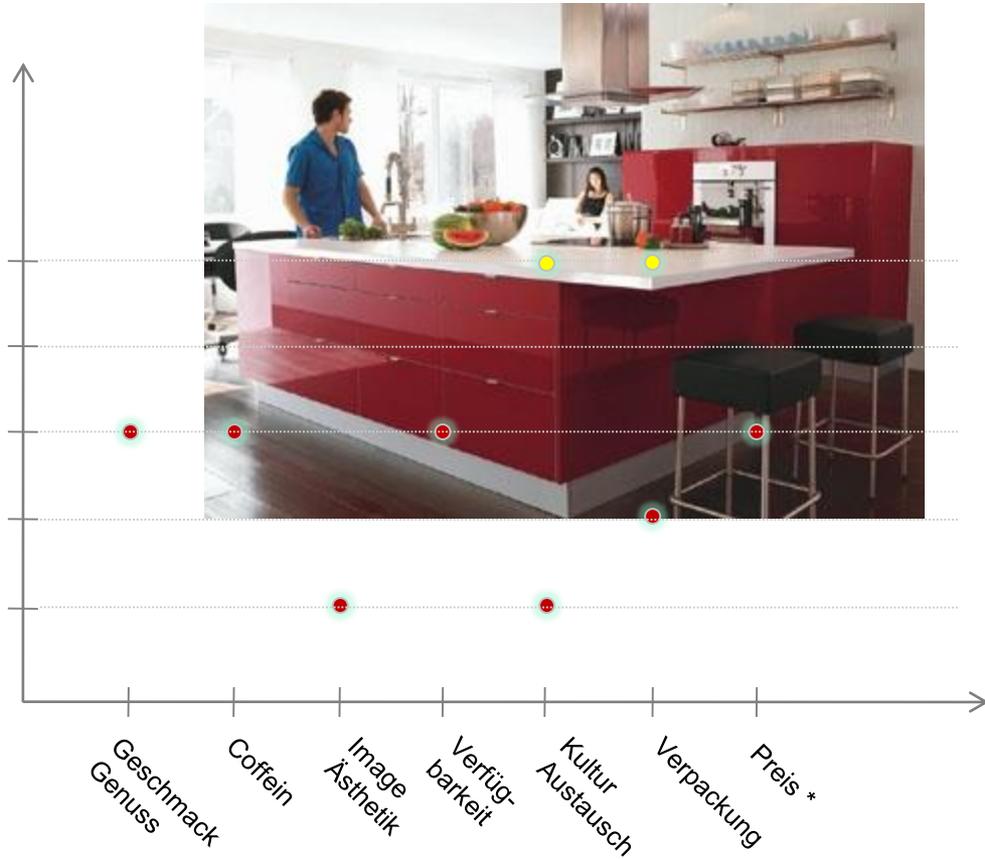
Customer Experience Design _ Kaffeepads REWE Handelsmarke





Customer Experience Design _ Kaffeepads Segafredo Intermezzo

Kundenwert
=
Customer
Value



Dimensionen,
die Kundenwert generieren

* umgekehrt



Customer Experience Design _ re-invented _ re-innovated



Gerhard Berssenbrügge

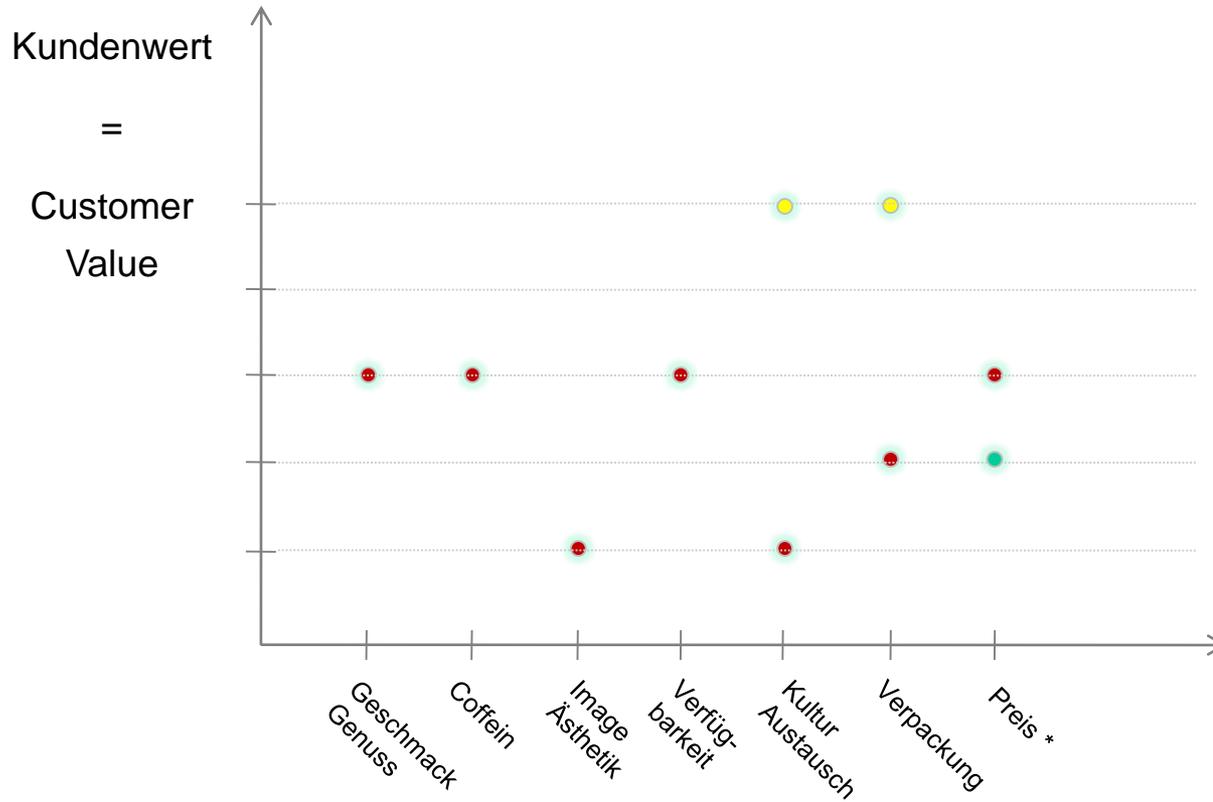
Unternehmer

Invention

Innovation



Customer Experience Design _ get started

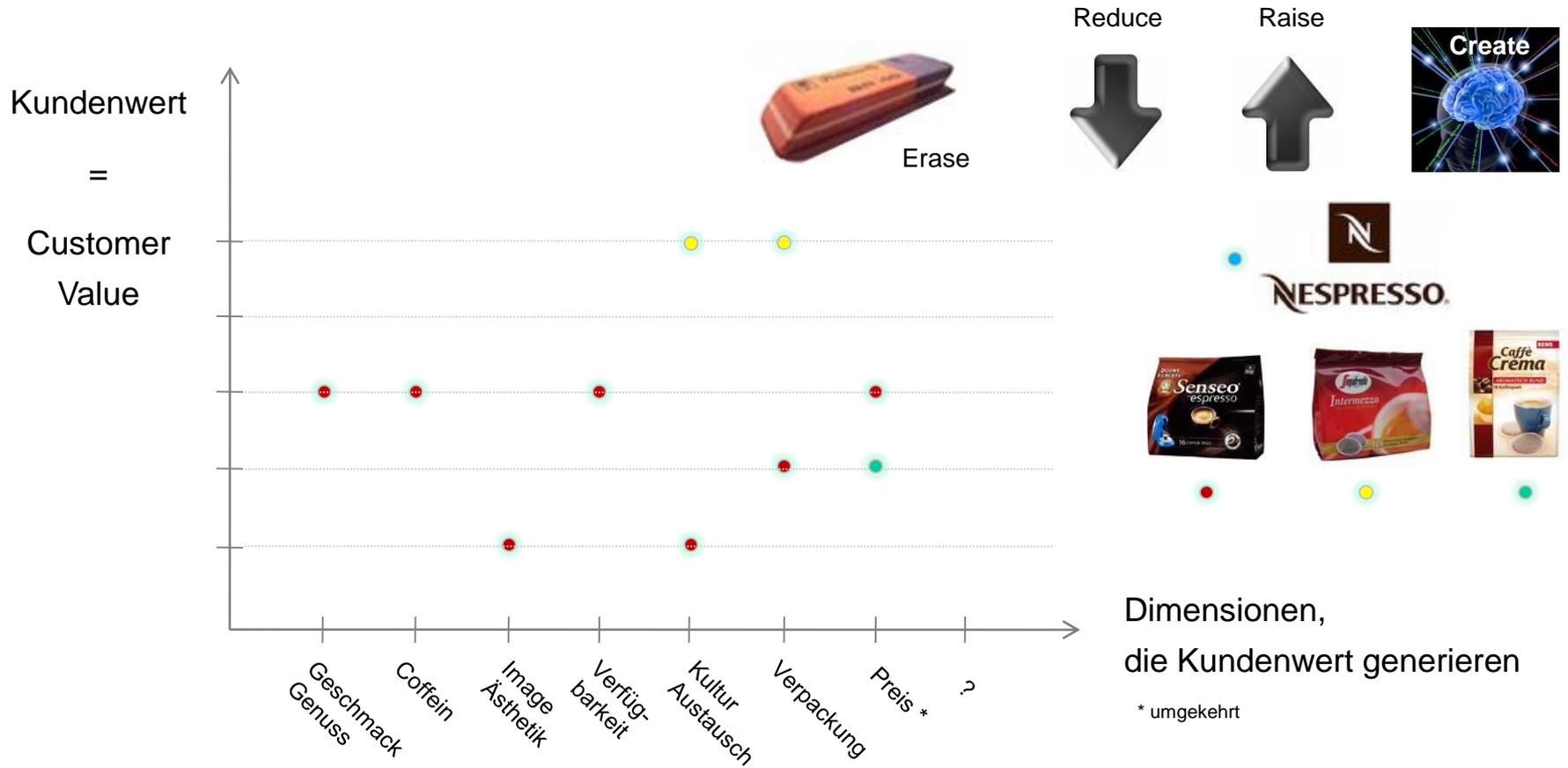


Dimensionen,
die Kundenwert generieren

* umgekehrt



Customer Experience Design _ Blue Ocean Toolkit





Customer Experience Design _ Outstanding Testimonial



Unternehmer
Invention
Innovation







Customer Experience Design _ Product Concept



Ristretto



Ristretto ist der typisch italienische Espresso: kurz, ein Hauch Säure, ein kräftiger, intensiver Körper und ein angenehmer und anhaltender Nachgeschmack.

Herkunft: Ristretto vereint auf feinste Art die besten "Milids" aus Ostafrika, Kolumbien und Mittelamerika. Daraus resultiert ein Hauch Säure und ein wunderbarer Nachgeschmack. Doch der brasilianische Arabica und der afrikanische Robusta verleihen ihm die charakteristische Kraft und Stärke.

Stärke: 10

Verkostung:   
 Halbgefüllte
Espressotasse
(25 ml) Espressotasse
(40 ml) Cappuccino-
zubereitung



Volluto



Durch leichte Röstung entsteht ein feiner und spürbarer Körper mit der sanften Note Getreide und einer frischen, runden Note. Der Charakter des Volluto wird durch eine leichte Säure unterstrichen.

Herkunft: Diese Mischung besteht im Wesentlichen aus brasilianischem Arabica, der ihm den sanften Charakter und die Butter-Note verleiht, während eine Spur Arabica aus Kolumbien eine leicht fruchtige Note einbringt.

Stärke: 4

Verkostung: 
Espressotasse
(40 ml)

Durch leichte Röstung entsteht ein feiner und spürbarer Körper mit der sanften Note Getreide und einer frischen, runden Note. Der Charakter des Volluto wird durch eine leichte Säure unterstrichen.

Herkunft: Diese Mischung besteht im Wesentlichen aus brasilianischem Arabica, der ihm den sanften Charakter und die Butter-Note verleiht, während eine Spur Arabica aus Kolumbien eine leicht fruchtige Note einbringt.



Customer Experience Design _ Product Concept



Ristretto



Ristretto ist der typisch italienische Espresso: kurz, ein Hauch Säure, ein kräftiger, intensiver Körper und ein angenehmer und anhaltender Nachgeschmack.

Herkunft: Ristretto vereint auf feinste Art die besten "Milids" aus Ostafrika, Kolumbien und Mittelamerika. Daraus resultiert ein Hauch Säure und ein wunderbarer Nachgeschmack. Doch der brasilianische Arabica und der afrikanische Robusta verleihen ihm die charakteristische Kraft und Stärke.

Stärke: 10

Verkostung:  Halbgefüllte
Espressotasse
(25 ml)  Espressotasse
(40 ml)  Cappuccino-
zubereitung



Volluto



Durch leichte Röstung entsteht ein feiner und spürbarer Körper mit der sanften Note Getreide und einer frischen, runden Note. Der Charakter des Volluto wird durch eine leichte Säure unterstrichen.

Herkunft: Diese Mischung besteht im Wesentlichen aus brasilianischem Arabica, der ihm den sanften Charakter und die Butter-Note verleiht, während eine Spur Arabica aus Kolumbien eine leicht fruchtige Note einbringt.

Stärke: 4

Verkostung: 
Espressotasse
(40 ml)

Decaffeinato Intenso



Sein intensiver und vollmundiger Geschmack weist nur geringe Säure auf und macht diesen entkoffeinierten Kaffee zu einem echten, wirklich kräftigen Espresso.

Herkunft: Diese Mischung besteht zum größten Teil aus lateinamerikanischen Arabicas und erhält ihre Harmonie aus dem Hauch Robusta, der Körper und Charakter unterstreicht.

Stärke: 7

Verkostung: 
Espressotasse
(40 ml)



Customer Experience Design _ Ambassador VIP Sale



NESPRESSO

NESSPRESSO ist ein Markenname für Produkte der Nespresso S.p.A. in Italien. Nespresso ist ein Markenname für Produkte der Nespresso S.p.A. in Italien. Nespresso ist ein Markenname für Produkte der Nespresso S.p.A. in Italien.

IHR PERSÖNLICHES VIP SALE ANGEBOT

Als *Ambassador* genießen Sie bei Nespresso das höchste Level an Vorteilen. Wir freuen uns, Ihnen heute in Rahmen dieser VIP-Sale unseren ersten VIP-Sale vorzustellen, welchen exklusiv für unsere treuesten Kunden reserviert ist: Das legendäre Schweizer Taschenmesser von Victorinox in der Limited Edition Pioneer Nespresso Dharkant!

Erstunden aus der Kooperation mit Victorinox besteht die Auswahl jedes Messers aus rund 24 freizeidigen Nespresso Kapseln. Mit seinen sieben praktischen Werkzeugen, dank seiner Langlebigkeit und extrem hohen Belastbarkeit, ist das Victorinox Pioneer der Inbegriff einer stabilen und vielseitig einsetzbaren Taschenwerkzeug.

GRATIS AB DEM KAUF VON 10 KAPSELN

DIALOGPOST
Ein Service der Deutschen Post



Das war einmal eine Nespresso Kapsel

NESPRESSO & YOU

NESPRESSO Schweizer Käse - 80% Fett in der Trockensubstanz - 23 x 40/23 cm (100g)

P 54799 98

Harald Eichstetter
Vertriebsweg 20
70569 Stuttgart







Blue Ocean Result

Handelsblatt

Sucht

Digitalpass Finanzen Unternehmen Politik Technik Auto Sport Panorama Social Media

Industrie Banken + V

Handelsblatt > Unte



WACHSTUMSZIEL BEI

Nespresso Konkurrenz

von: ali
Datum: 26.08.2014

Das starke Ges
bekräftigt die
auch an den U
Umsatzvolum

Sales	CHF 8.9 bn
Real internal growth	+5.7%
Pricing	+0.3%
Organic growth	+6.0%

- Nespresso sustained mid single-digit growth, with strong momentum in the Americas and Asia
- Nestlé Health Science continued to deliver mid single-digit OG, driven by RIG
- Nestlé Skin Health had high single-digit growth



Nestlé Good food, Good life

Die Nestlé-Tochter veröffentlicht keine Zahlen, auch die Mutter Nestlé gibt sich hier wortkarg. Dagegen erklärte Duvoisin im Interview, dass Nespresso mittlerweile ein Umsatzvolumen von mehr als 4,25 Milliarden



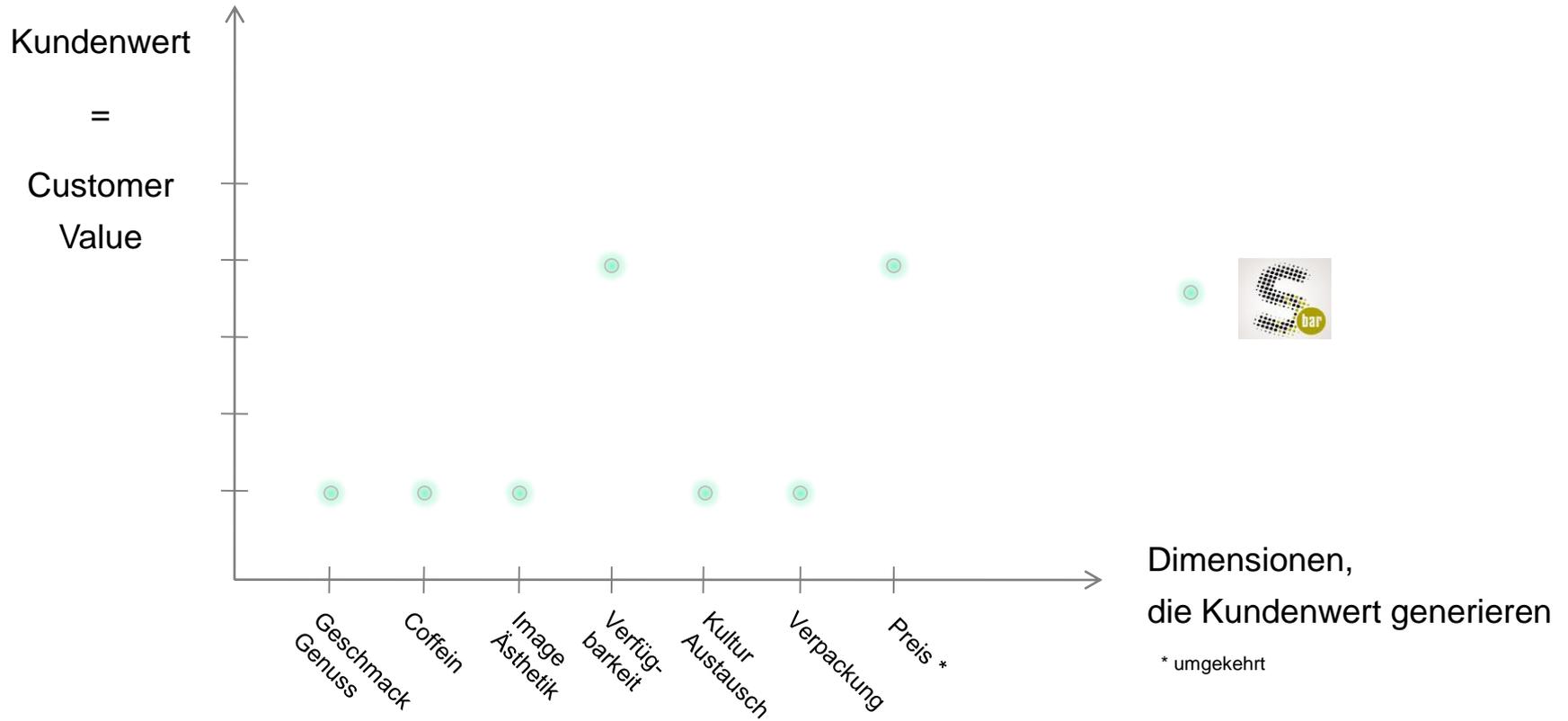
isso
,1
hrer
:

et
auf

n
will
n
Erfolg
äft

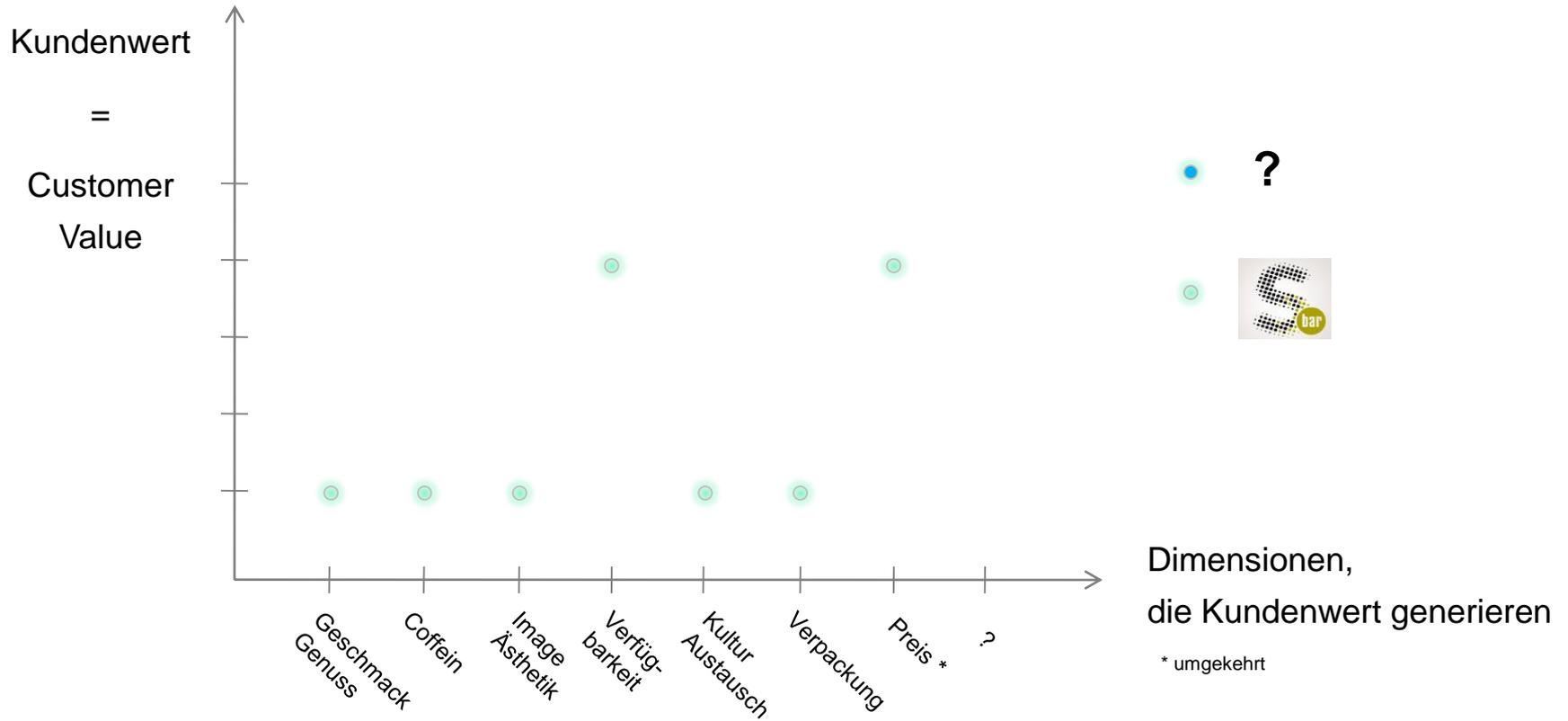


Customer Experience Design _ Kaffee @ HdM





Customer Experience Design _ Kaffee @ HdM





Customer Experience Design _ Blue Ocean Toolkit



Erase



Raise

Reduce



Create





Customer Experience Design _ Blue Ocean Pathways _ 5

Pfad 5 _ Funktionale und emotionale Kaufmotive

Bsp. Swatch Uhren

Arbeitsfrage dazu: Wie kann ich eine funktional orientierte Branche in eine emotional orientierte Branche umwandeln?



Erase

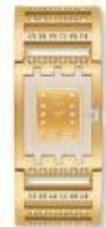
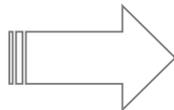


Raise

Reduce

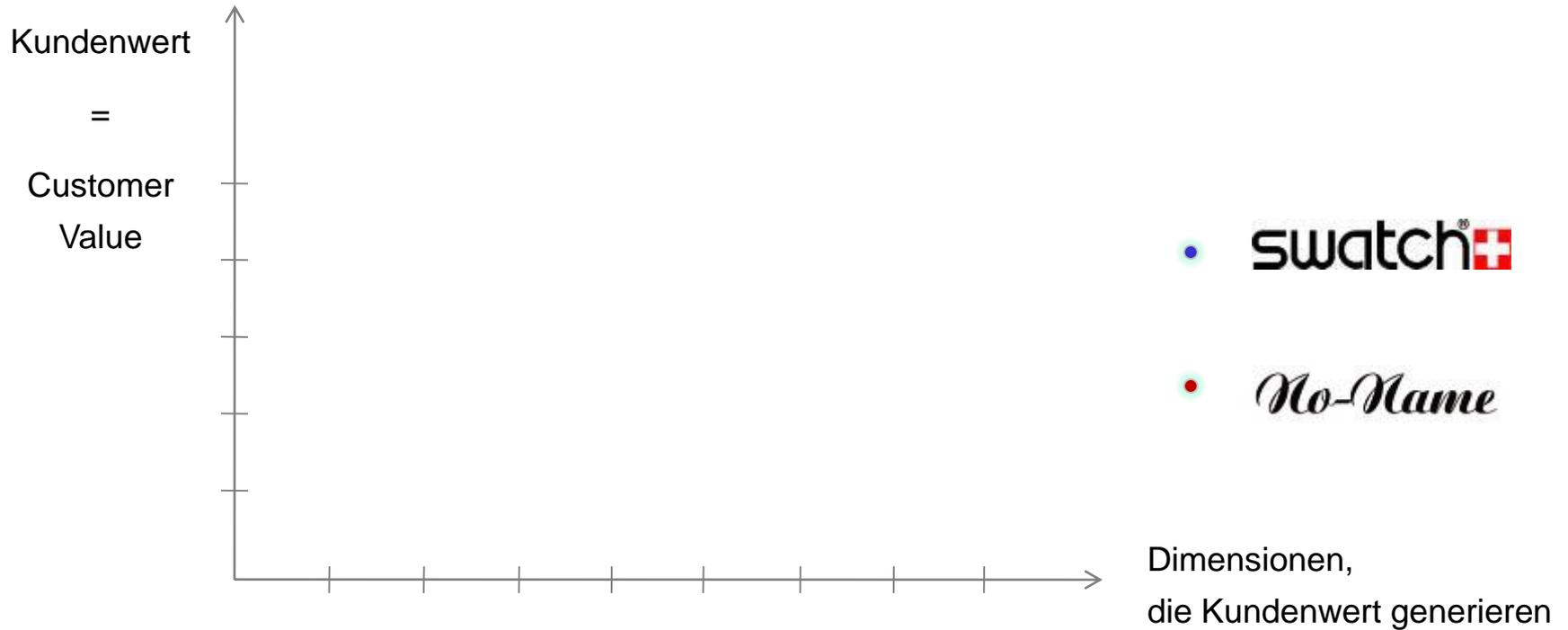


Create





Customer Experience Design _ Customer Value Concept



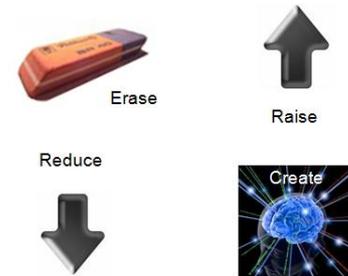


Customer Experience Design _ Blue Ocean Pathways _ 3

Pfad 3 _ Jenseits existierender Kunden

Bsp. Fitness-Studios in Deutschland

Arbeitsfrage dazu: Wer geht bisher nicht ins Studio, um sich fit zu halten?



McFit

Menü öffnen

Einfach gut aussehen.

Mach mit!

Kennen, nicht Mal

Aktion

WARTEN DAST? BIST DU FIT GENUG FÜR

Beachfit auf Matle

Model-Coach

WEIDER bei McFit

Klitschko News

adidas bei McFit

McFit Studiosuche

KIESER TRAINING

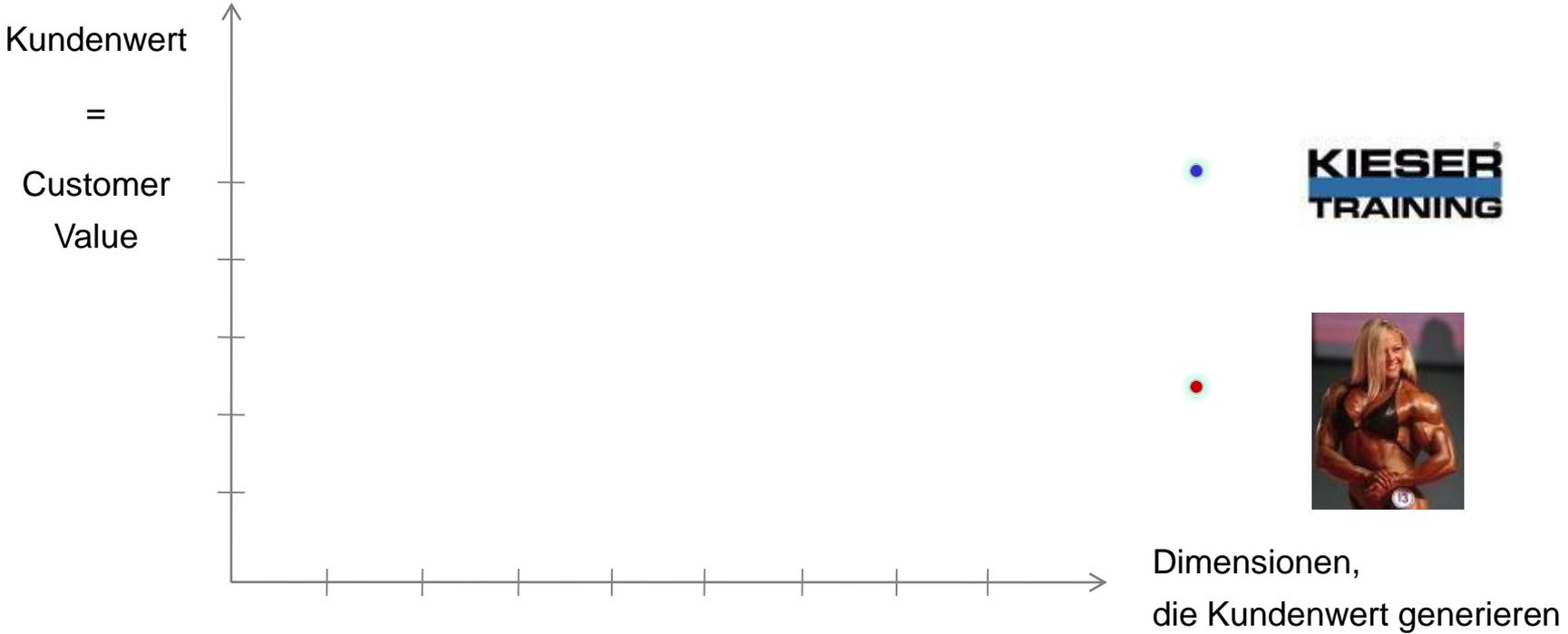
Strength for health

> | Australien | Ceská republika | Deutschland | España | Great Britain | Luxembourg | Nederland | Österreich | Schweiz

KIESER TRAINING



Customer Experience Design _ Customer Value Concept



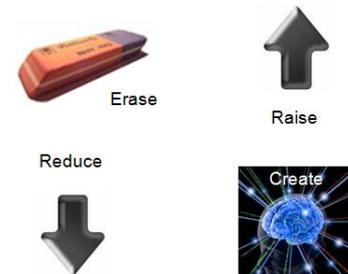


Customer Experience Design _ Blue Ocean Pathways _ 4

Pfad 4 _ Komplementäre Produkte und Dienstleistungen

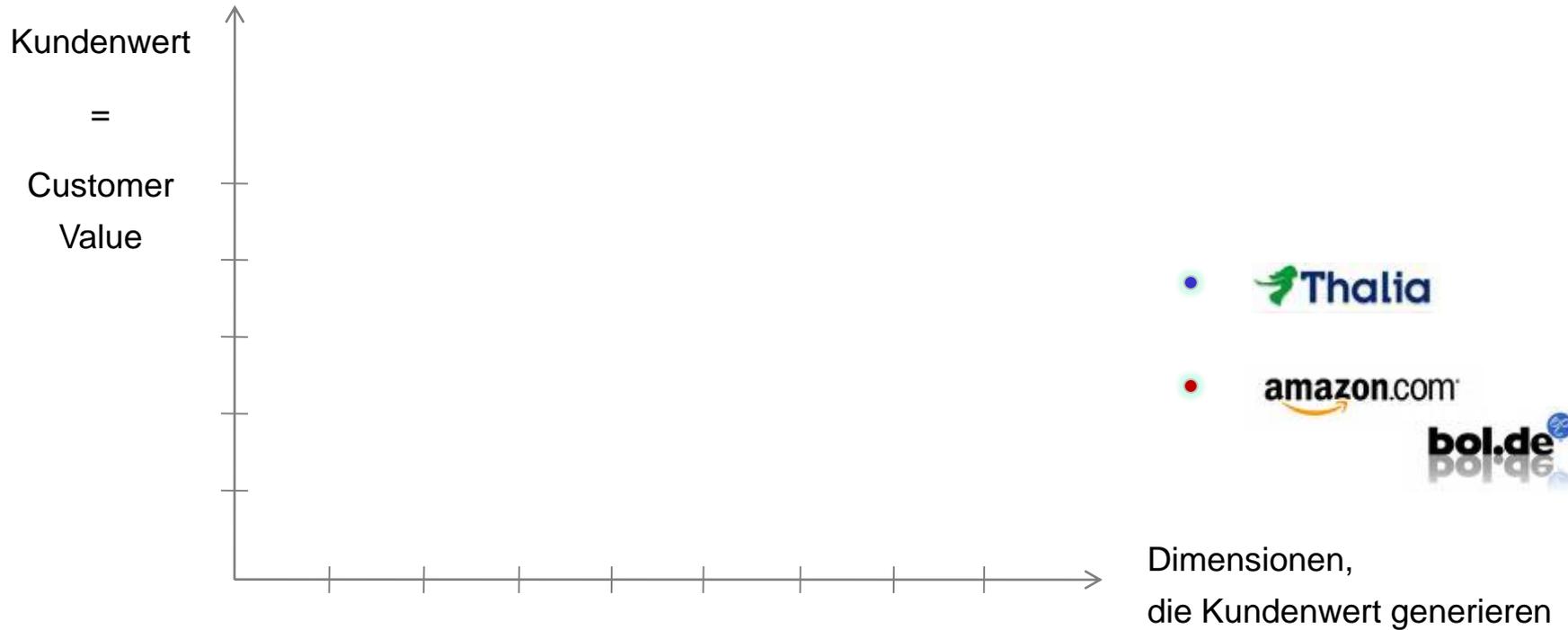
Bsp. Buchhandlung Barnes & Noble / Thalia

Arbeitsfrage dazu: Was kann ich in Buchhandlungen noch anbieten?





Customer Experience Design _ Customer Value Concept



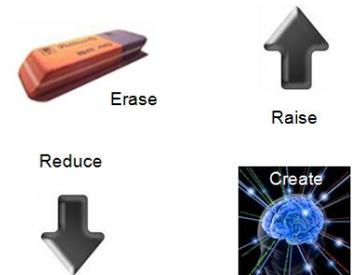


Customer Experience Design _ Blue Ocean Pathways _ 6

Pfad 6 _ Betrachtung nachhaltiger Trends

Bsp. Storytelling & authentische Bildwelten (mood pics, audiovisuals)

Arbeitsfrage dazu: Welche Trends sind entscheidend, irreversibel
und gehen in eine klare Richtung?



© 2013 Schleich

Der Bogenschütze trifft einen hoch geworfenen Apfel aus einer Entfernung von 50 Schritten.

Der Bogenschütze des Greifenordens trifft sein Ziel aus vollem Lauf sogar aus 100 Schritten Entfernung. Er verfehlt sein Ziel so gut wie nie und hat immer genügend Pfeile im Köcher. Er hat Kraft wie ein Bär und das Auge eines Adlers. Zu Hause kümmert er sich liebevoll um seine beiden Hunde und sein wunderschönes Pferd.

Schleich 



Trend

Geschichten & Bilder



zwölf monate.
ein augenblick.
alles anders.
all for this



Features

Sei der erste deiner Freunde, dem adidas gefällt

Gefällt mir

4,8 Tsd. reet

56



116

Share

1.2K



ESSENTIAL FRESHNESS

JETZT KAUFEN



BOOSTE DEINE FARBEN

BOOST KAUFEN



SALE – BIS ZU 50% RABATT HOL DIR JETZT DEINEN SOMMER-LOOK.

NUTZE DEN SALE



nitrocharge your game



Features

Sei der erste deiner Freunde, dem adidas gefällt

Gefällt mir

4,8 Tsd. reet

56



116

Share

1.2K



ESSENTIAL FRESHNESS

JETZT KAUFEN



BOOSTE DEINE FARBEN

BOOST KAUFEN



SALE – BIS ZU 50% RABATT HOL DIR JETZT DEINEN SOMMER-LOOK.

NUTZE DEN SALE

NEW Neuheiten


Spielzeug
 Spielfiguren und
 Zubehör von Schleich


 Spielplatz


 Händlersuche


 Wunschzettel



 Region ändern


 World of Nature


 World of History


 World of Fantasy


 World of Smurfs


 Bücher & mehr

 Du befindest dich hier: [Produktübersicht](#) > [World of History](#) > [Ritter](#) > [Greifenritter](#) > [Greifenritter Bogenschütze](#)

Greifenritter Bogenschütze

Der Bogenschütze trifft sein Ziel auf über 100 Schritten sogar im vollen Lauf.


 Greifenritter Bogenschütze

Artikel: 70111


 07/2013
© 2013 Schleich 

 Wissenswertes

Der Bogenschütze trifft einen hoch geworfenen Apfel aus einer Entfernung von 50 Schritten.

Der Bogenschütze des Greifenordens trifft sein Ziel aus vollem Lauf sogar aus 100 Schritten Entfernung. Er verfehlt sein Ziel so gut wie nie und hat immer genügend Pfeile im Köcher. Er hat Kraft wie ein Bär und das Auge eines Adlers. Zu Hause kümmert er sich liebevoll um seine beiden Hunde und sein wunderschönes Pferd.





Produkte

Spiele

Bauen & Staunen

Shop

Suche



Registrieren
Anmelden

REGION ÄNDERN



Was gibt's Neues!



LEGO® DC Universe™ Super Heroes
Superman eilt zur Rettung in seinem neuen Video!



LEGO® Star Wars™
Teil 1 von Episode 7 ist hier! Schau jetzt, oder hole verpasste Episoden nach!



Beliebte Produkte



LEGO® Marvel™ Super Heroes



LEGO® Hero Factory



LEGO® DC Universe™ Super Heroes

Empfehlungen

LEGO® Katalog



Neuheiten
Entdecke den aktuellen LEGO® Produktkatalog!

Neues Spiel



LEGO® Galaxy Squad
Hilf Galaxy Squad den Planeten zu säubern in Hive

Forum



Empfehlung der Redaktion
Seid ihr Star Wars™ Experten?

Shop



Gratis-Geschenk!
Exklusive gratis Jor-El™ Minifigur bei

Jetzt einkaufen >



Kostenloser Versand
Ab einer Bestellung von 55€!

Jetzt einkaufen >



Red Five X-wing Starfighter™
Baue den ultimativen X-Wing™

Jetzt einkaufen >



Kundenservice

Über uns

Filten

LehrerInnen/ErzieherInnen | LEGOLAND





Trend

Authentizität



Erwartungen _ Objekte & Subjektive Leistungen



UNSER BEST TARIF

Exklusiv im Internet Online only



Entscheiden Sie sich bei Ihrer nächsten Flugbuchung für unseren Best Tarif. Best Seat mit mehr Beinfreiheit, Mitnahme eines Gepäckstücks und ein leckeres Brötchen plus Getränk sind bereits inklusive.

Best Rate for your next reservation. This includes a Best Seat with more legroom, 1 piece of checked luggage plus a snack and a drink on board.



Beispielabbildung Sample image

HAPPY PICNIC

Gratis im Best Tarif Complimentary with the Best Rate

- 1 x Heißgetränk Hot Drink 0,2 l oder Wasser or Water 0,2 l oder or Softdrink 0,15 l
- 1 x herzhaftes Brötchen Roll with various fillings





Authentische Bildsprache – Produkt im Mittelpunkt





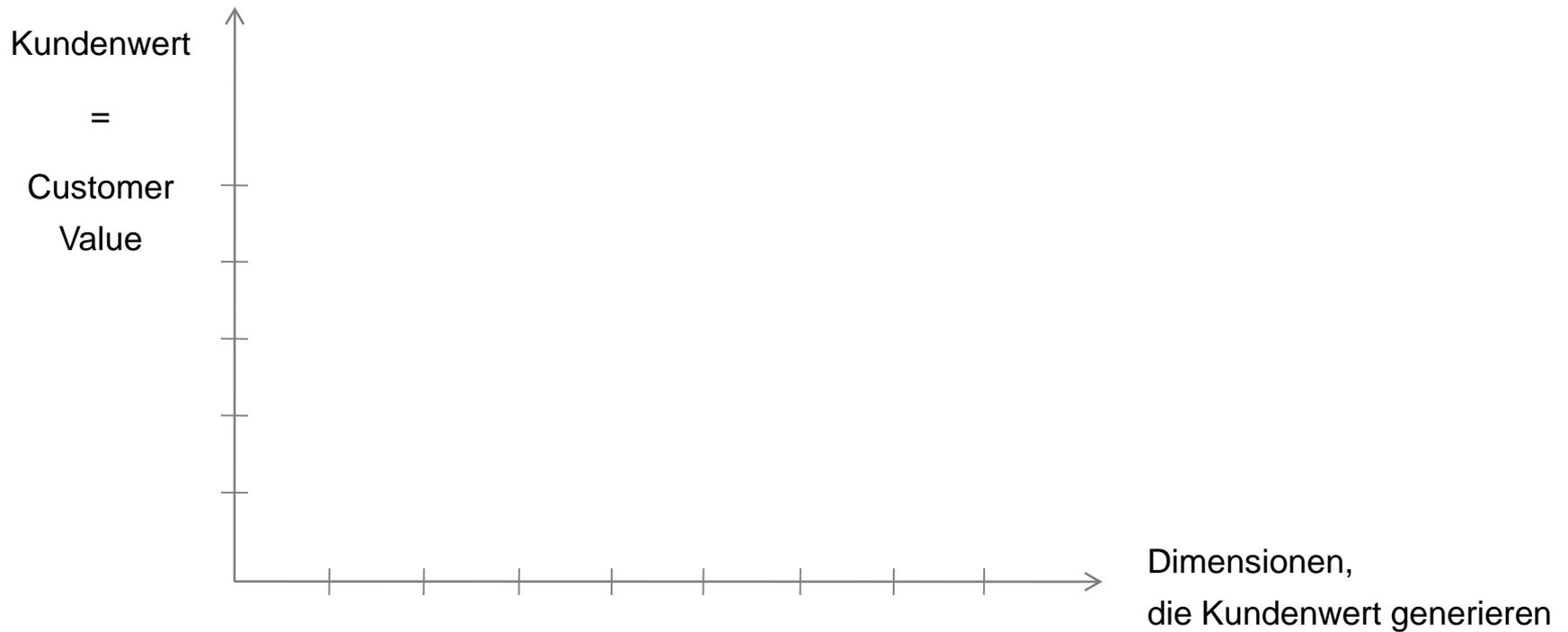
FUTURE STORE 3.0

Fashion Shopping im Jahr 2020





Customer Experience Design _ Customer Value Concept



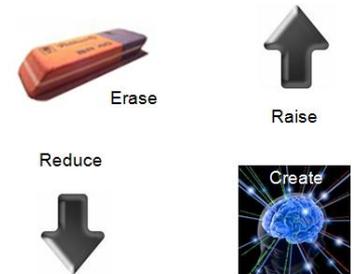


Customer Experience Design _ Blue Ocean Pathways _ 6

Pfad 6 _ Betrachtung nachhaltiger Trends

Bsp. Digitale Musikdownloads

Arbeitsfrage dazu: Welche Trends sind entscheidend, irreversibel
und gehen in eine klare Richtung?

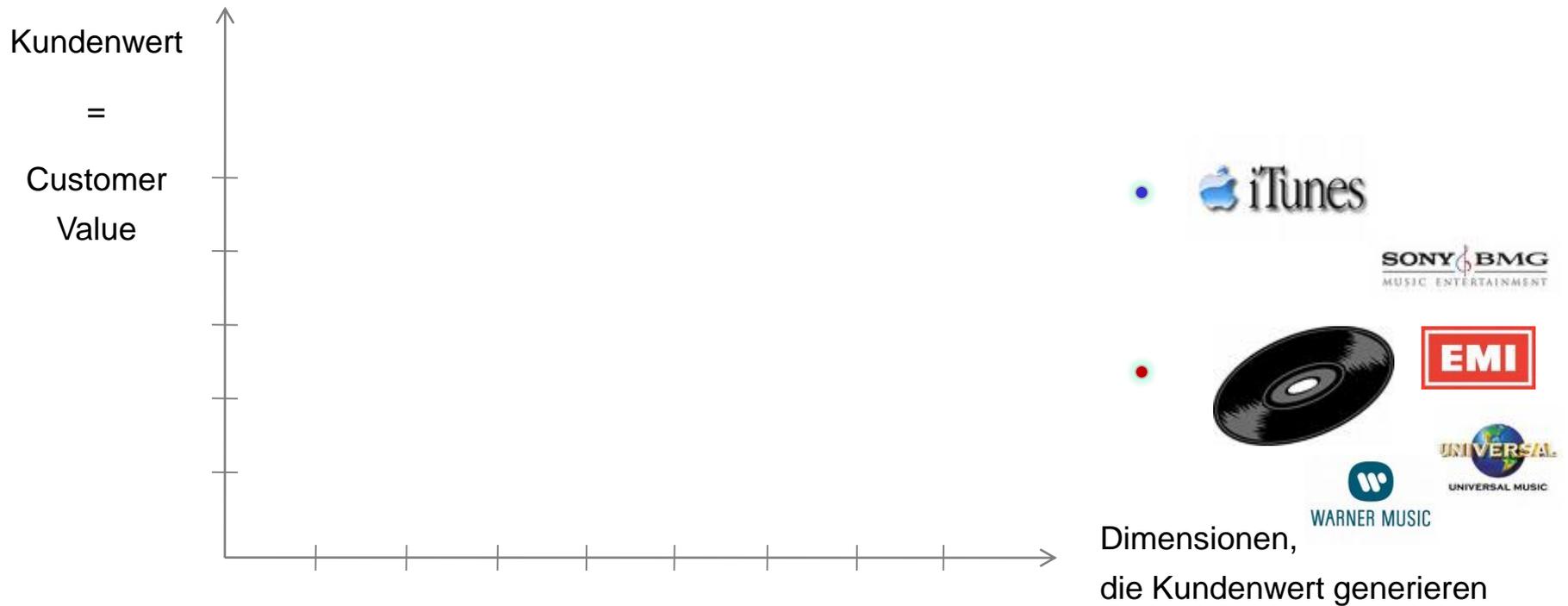


mp3





Customer Experience Design _ Customer Value Concept



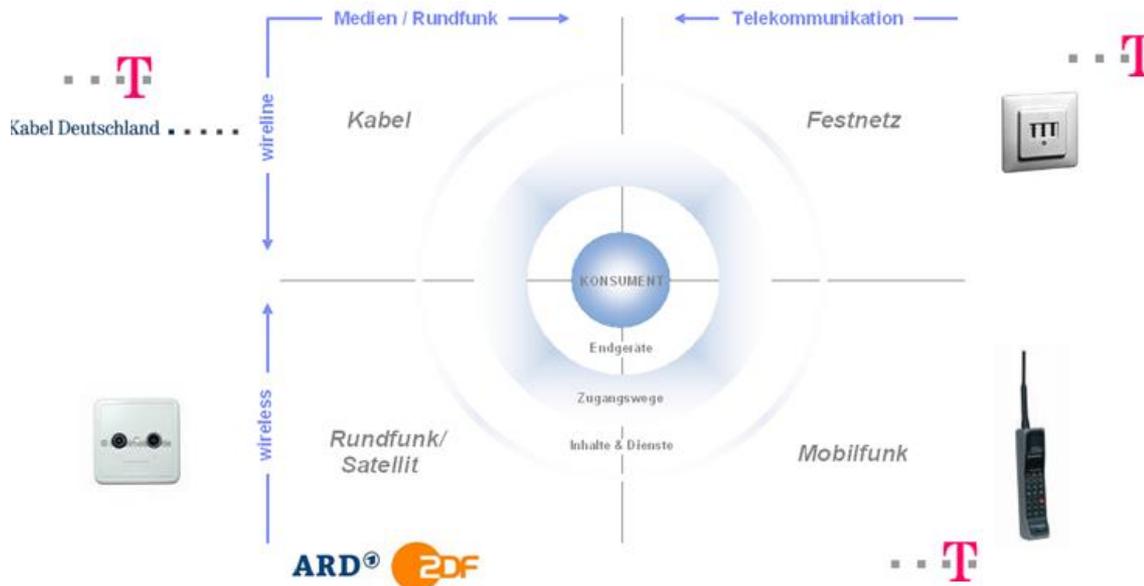
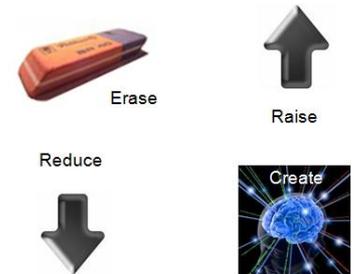


Customer Experience Design _ Blue Ocean Pathways _ 2

Pfad 2 _ Jenseits Strategischer Grenzen

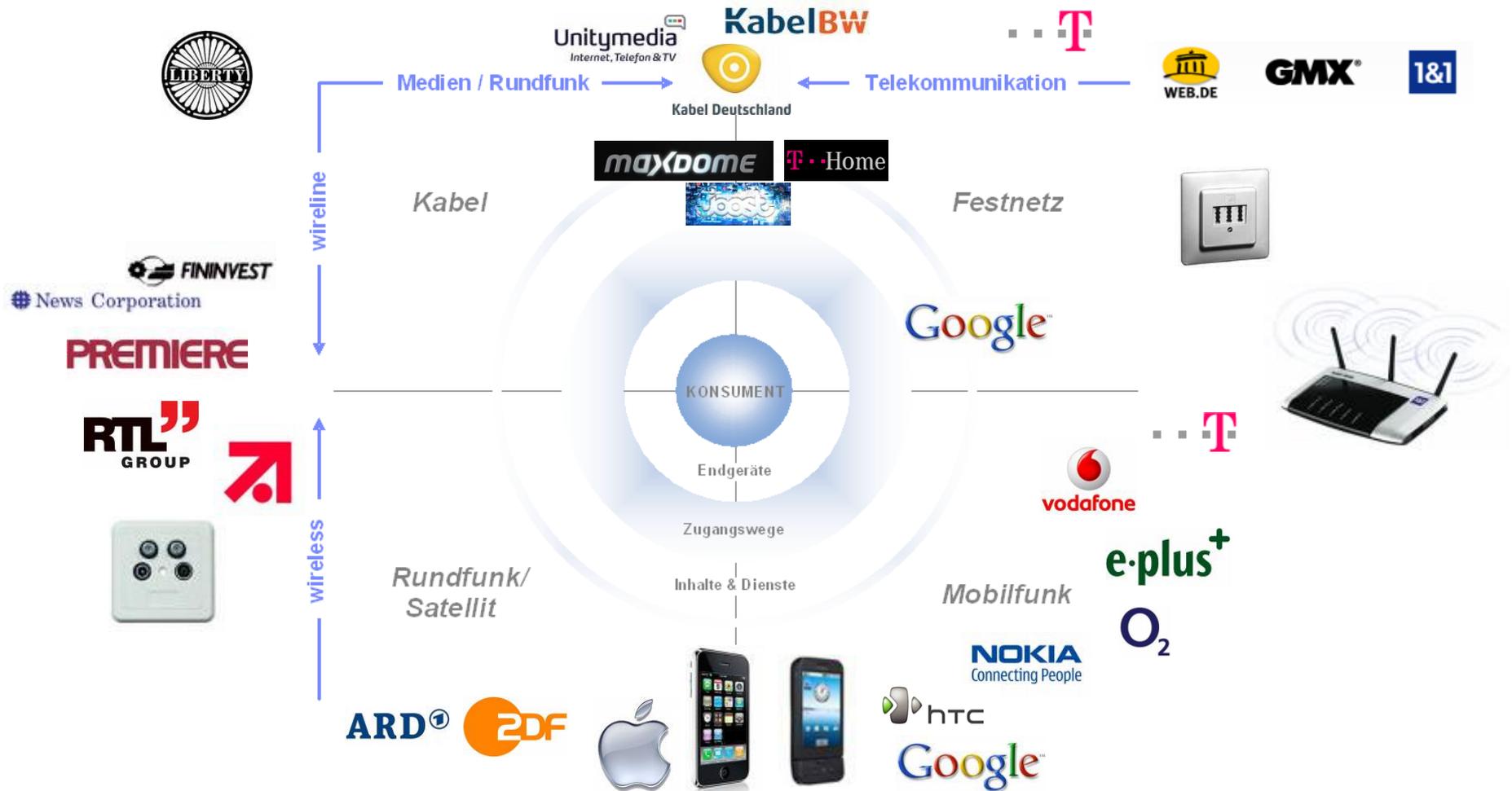
Bsp. TIME Märkte in Deutschland nach 1980

Arbeitsfrage dazu: Wer sind die Strategischen Player außerhalb?



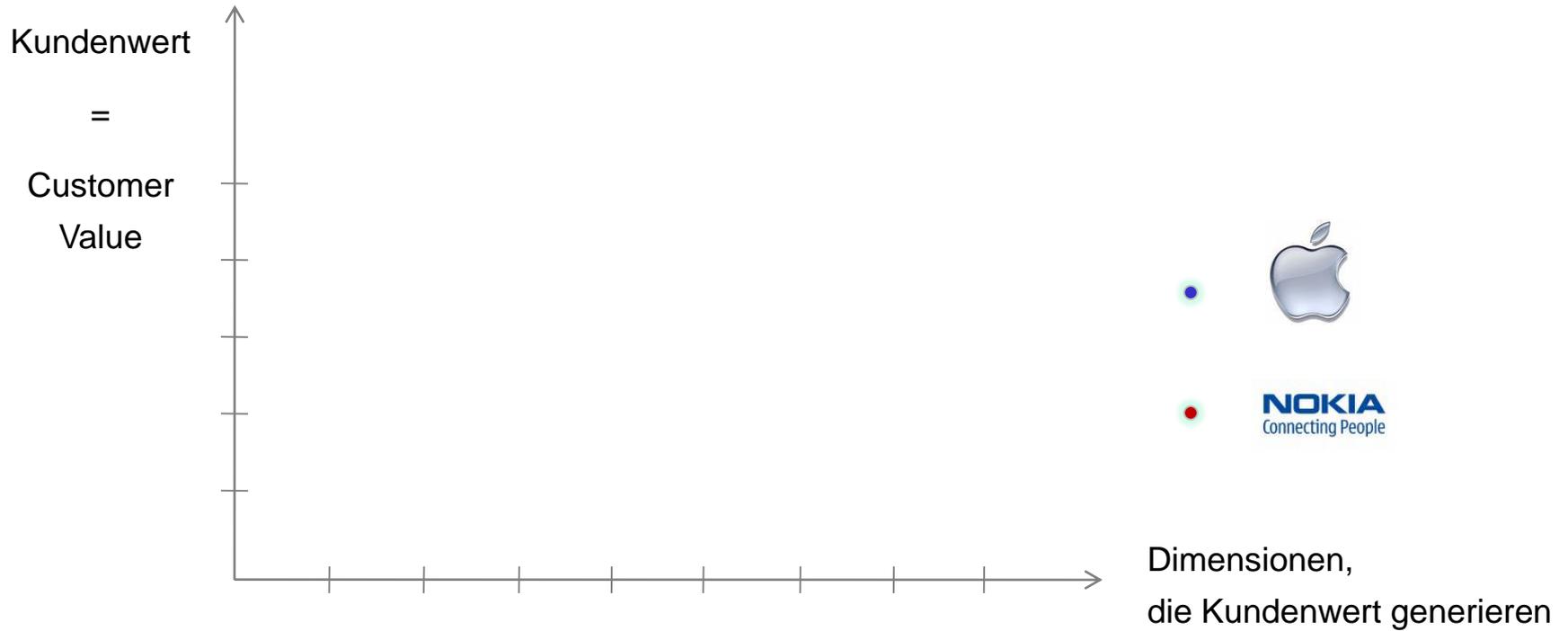


Customer Experience Design _ Blue Ocean Pathways _ 2





Customer Experience Design _ Customer Value Concept

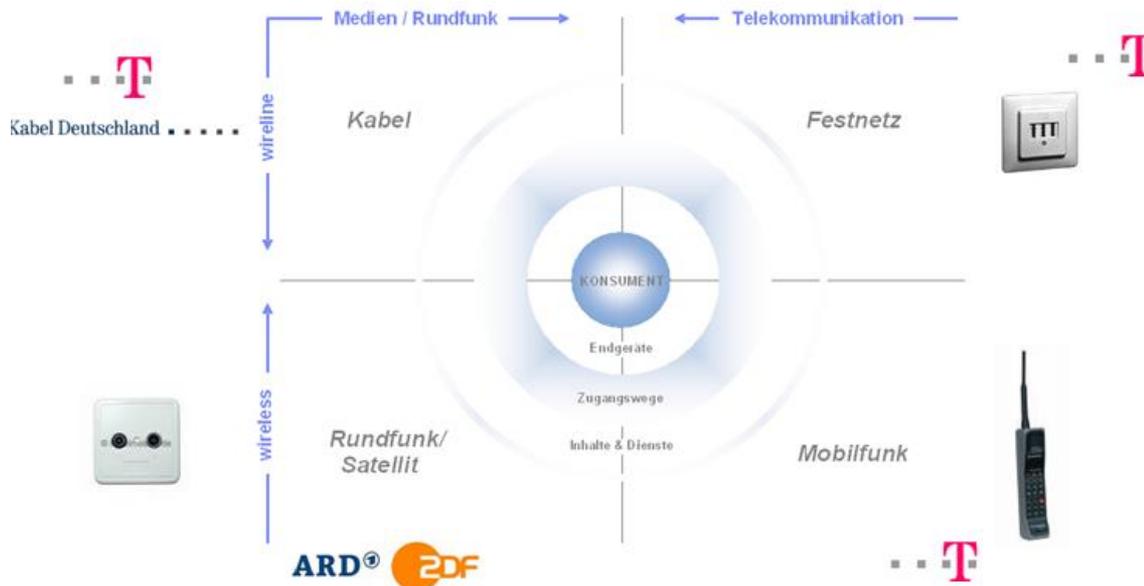
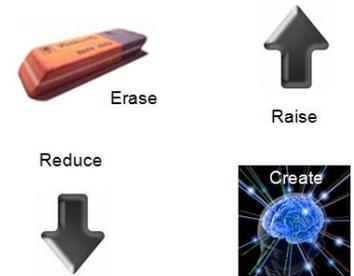




Customer Experience Design _ Blue Ocean Pathways _ 1

Pfad 1 _ Alternative Geschäfte / Branchen

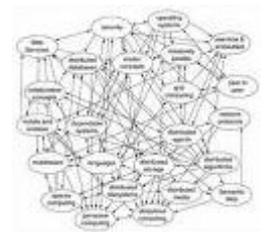
Bsp. TIME Märkte in Deutschland nach 1980 _ Internet Service Provider
Arbeitsfrage dazu: Wer in Deutschland hat ein Netz bis in die Haushalte?



1. Strom



2. Peer-to-peer





Customer Experience Design _ Customer Value Concept

