



# Innovationsmanagement

## Blue Ocean Strategy



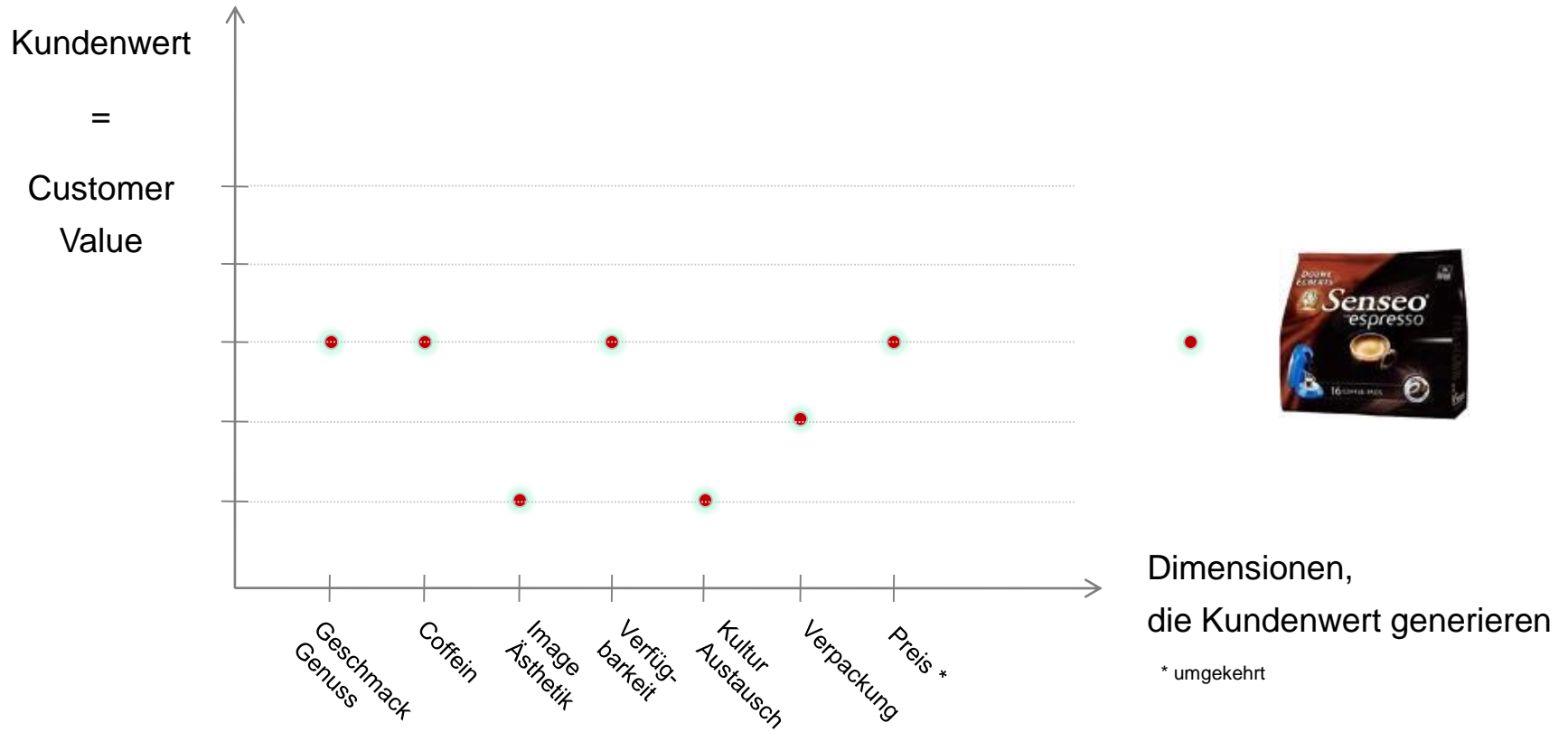


## Customer Experience Design \_ Kaffeemaschine mit Kaffeepads Senseo original



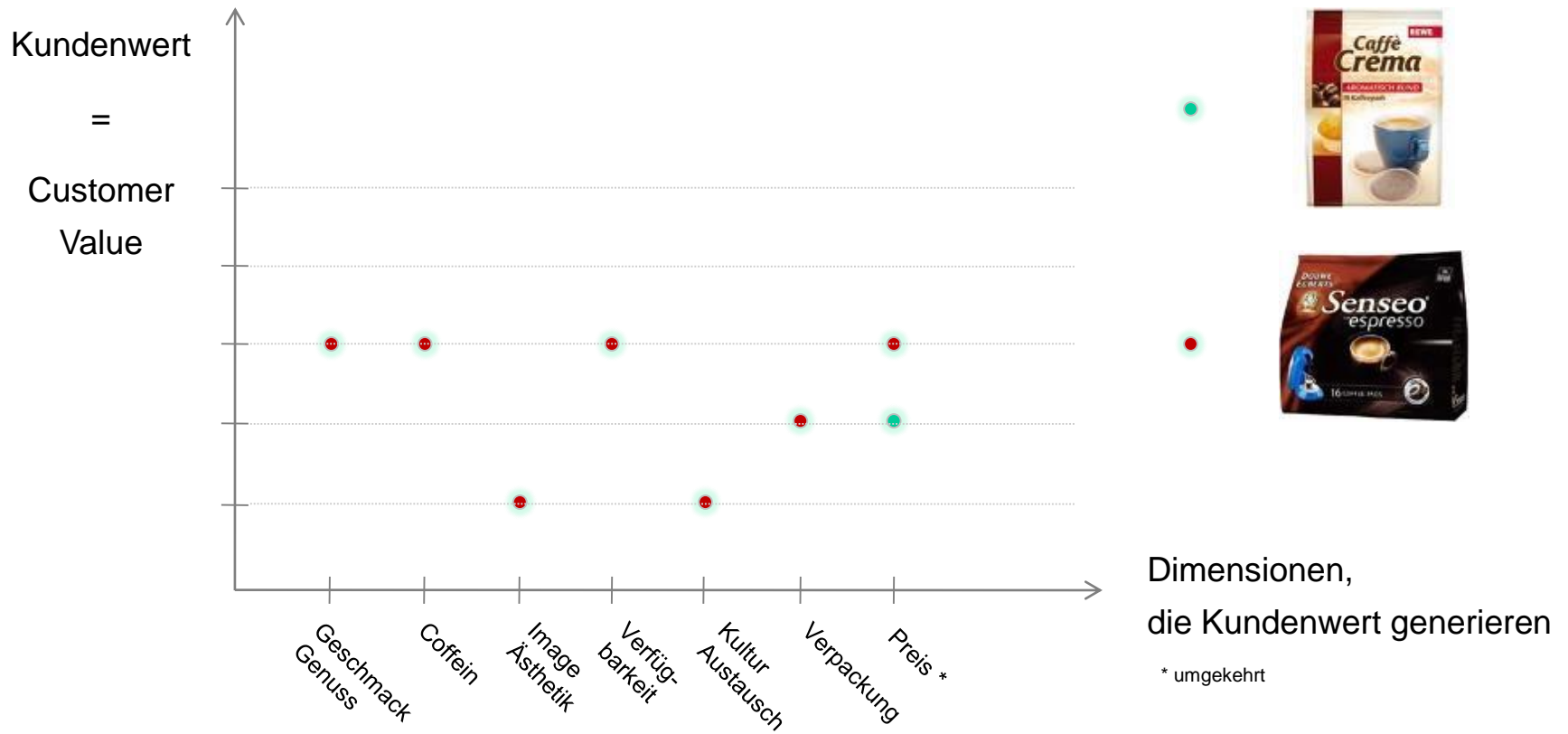


# Customer Experience Design \_ Kaffeepads Senseo original





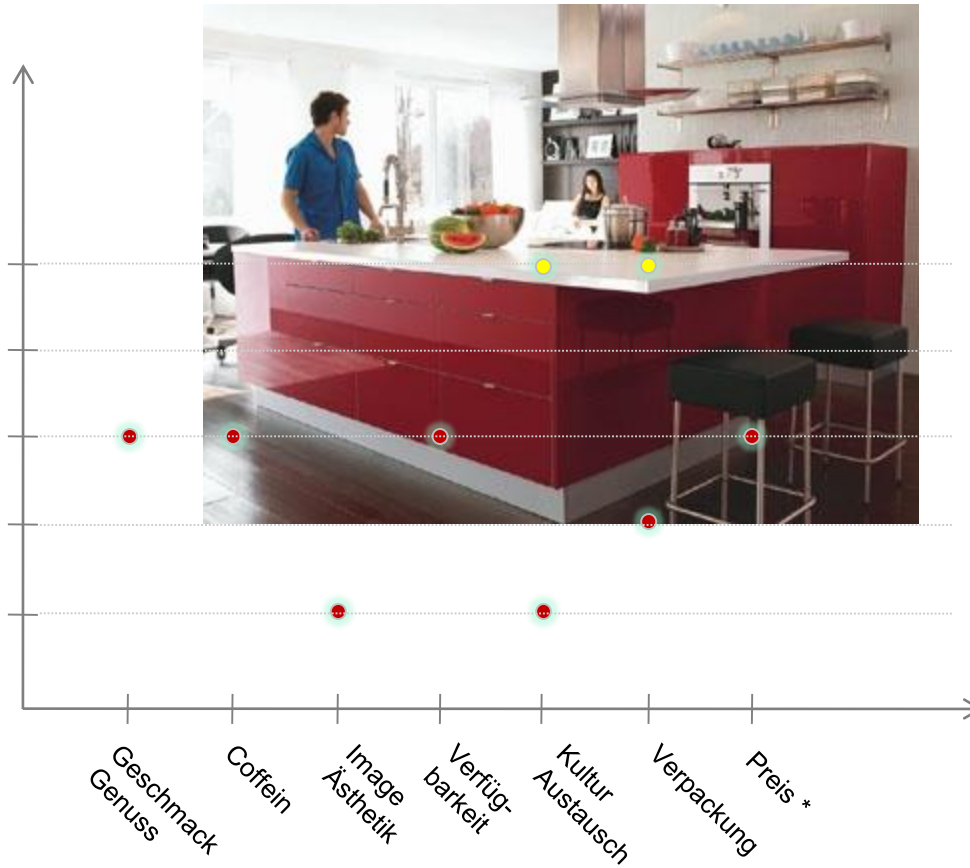
# Customer Experience Design \_ Kaffeepads REWE Handelsmarke





# Customer Experience Design \_ Kaffeepads Segafredo Intermezzo

Kundenwert  
=  
Customer  
Value



Dimensionen,  
die Kundenwert generieren

\* umgekehrt



## Customer Experience Design \_ re-invented \_ re-innovated



Gerhard Berssenbrügge

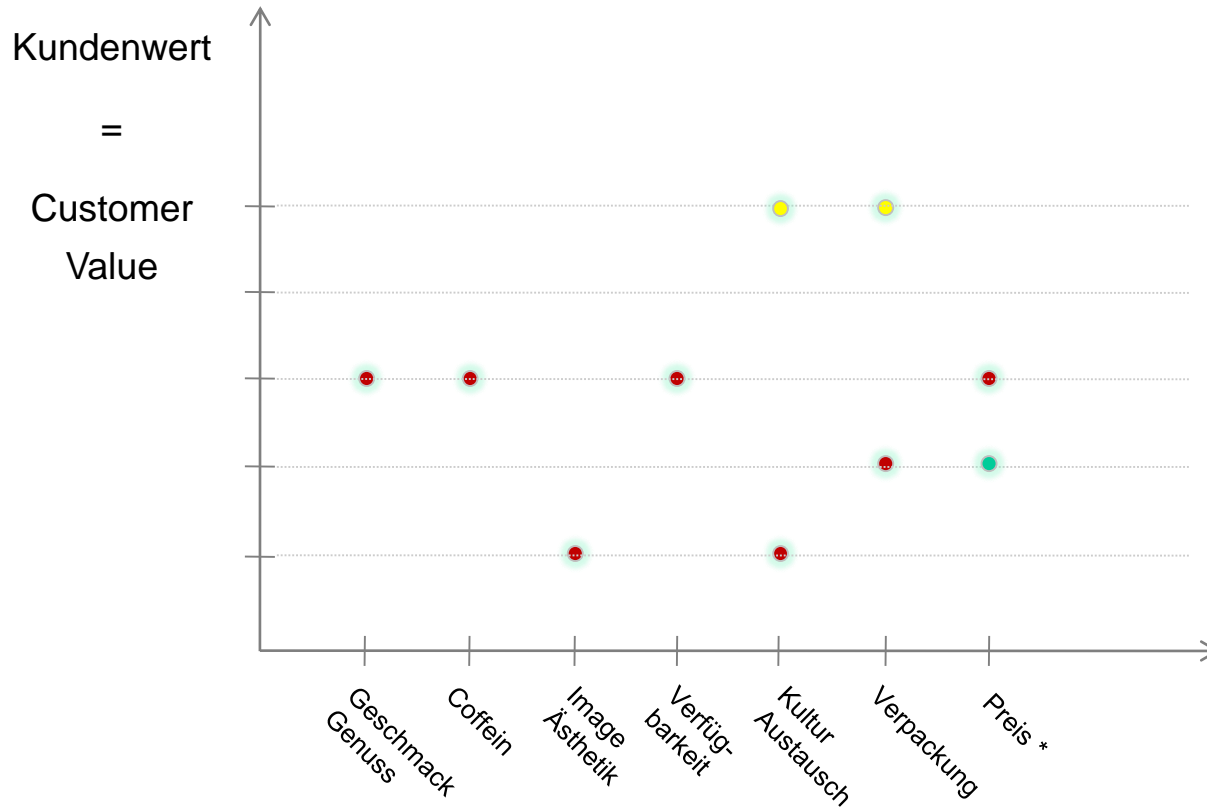
Unternehmer

Invention

Innovation



# Customer Experience Design \_ get started

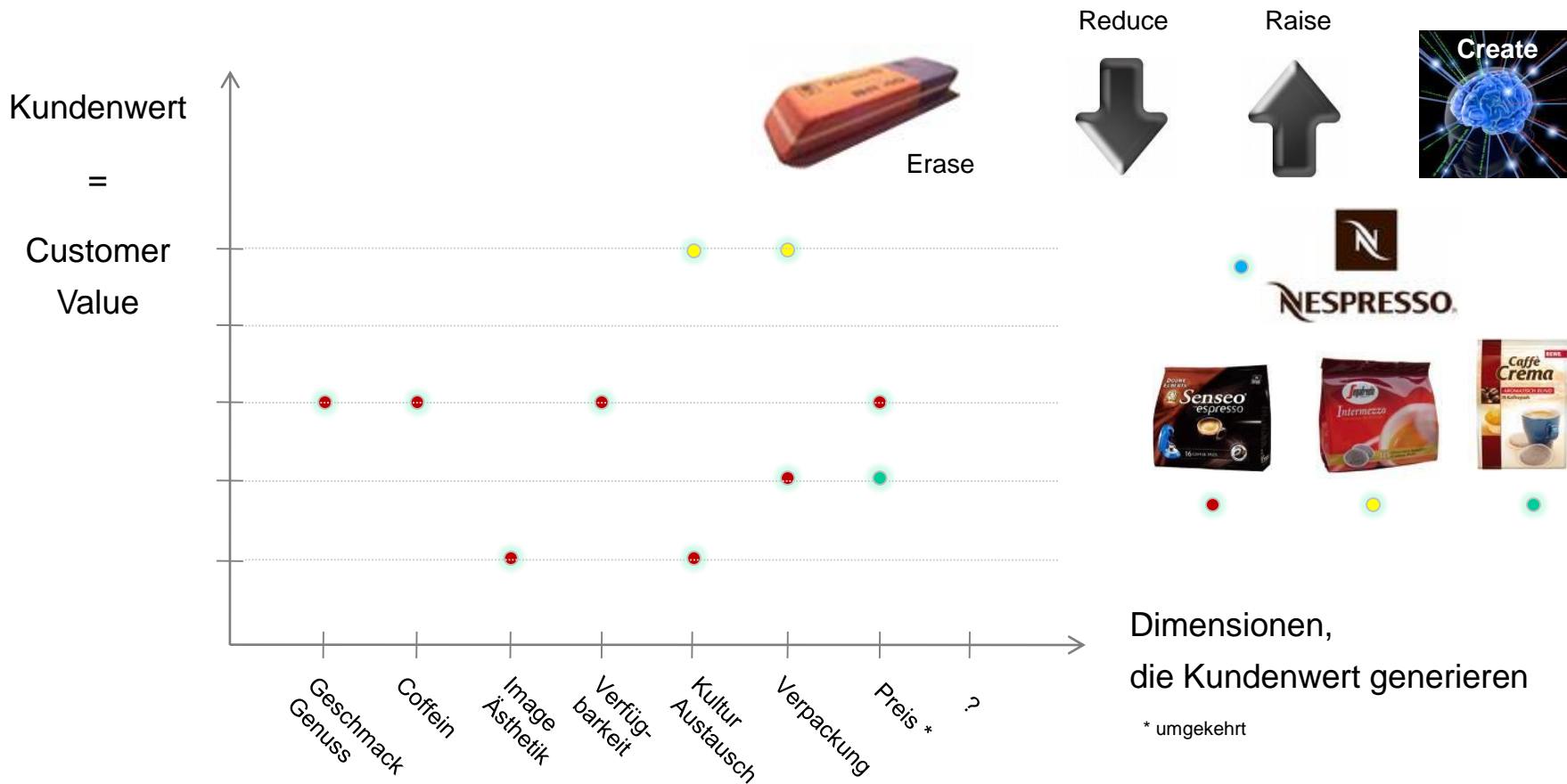


Dimensionen,  
die Kundenwert generieren

\* 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.*

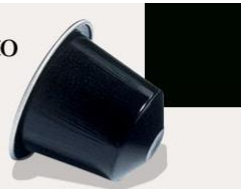
**Herkunft:** Diese Mischung besteht im Wesentlichen aus brasilianischem Arabica, der ihm den sanften Charakter und die Butter-Note verleiht, während eine Spur Arabica aus Kolumbien eine leicht fruchtige Note einbringt.



# 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 "Milds" 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 Lecco, Italien. Nespresso ist ein Markenname für Produkte der Nespresso S.p.A. in Lecco, Italien. Nespresso ist ein Markenname für Produkte der Nespresso S.p.A. in Lecco, 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 Vorteile 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 Dharkali.

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 NESPRESSO KAPSELN**

*Ambassador*  
VIP SALE



Das war einmal eine Nespresso Kapsel

**NESPRESSO & YOU**

**DIALOGPOST**  
Ein Service der Deutschen Post



NESPRESSO Schweizer Käse - 800 Gramm - 23.40037 23444444

**P** 54799 98

Harald Eichstaller  
Vertriebsweg 20  
70569 Stuttgart







## Customer Experience Design \_ Ambassador VIP Sale





# 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

<b>Sales</b>	<b>CHF 8.9 bn</b>
Real internal growth	<b>+5.7%</b>
Pricing	<b>+0.3%</b>
<b>Organic growth</b>	<b>+6.0%</b>

- 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

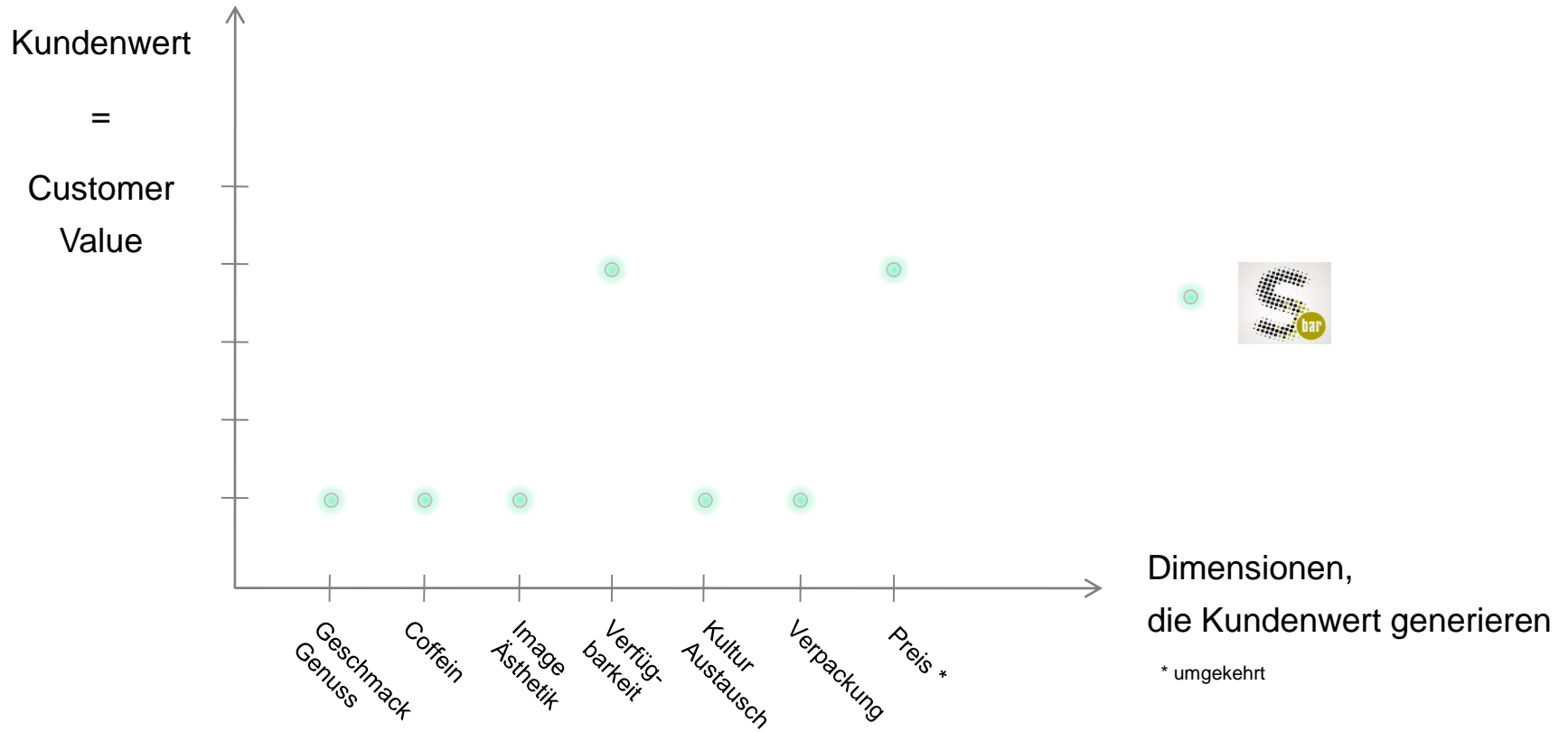
Die Nestlé-Tochter veröffentlicht keine Zahlen, auch die Mutter Nestlé gibt sich hier wortkarg. Dagegen erklärte Duvoisin im Interview, dass Nespresso mittlerweile ein Umsatzvolumen von mehr als 4,25 Milliarden



isso  
,1  
hrer  
:  
  
et  
auf  
  
n  
will  
n  
Erfolg  
äft



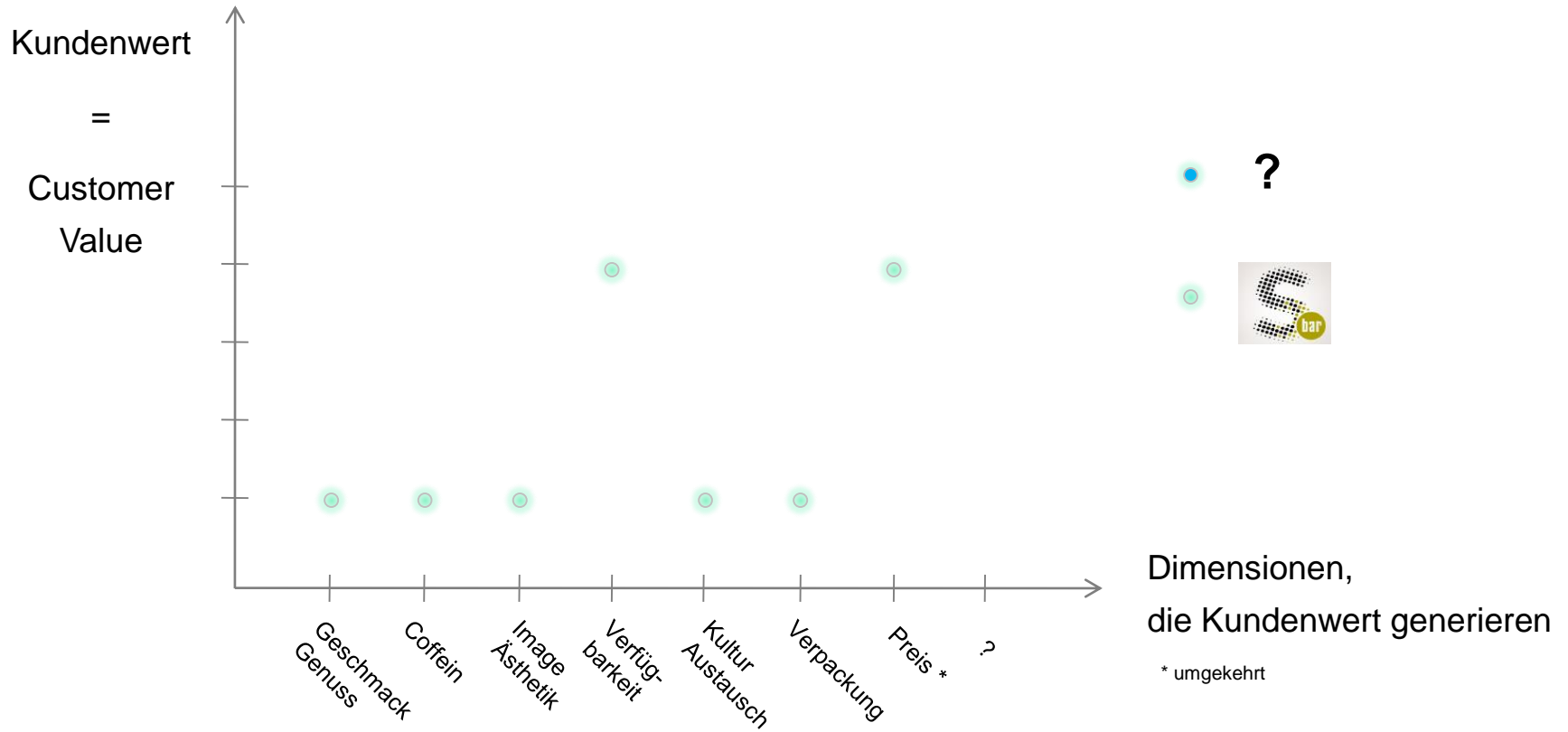
# Customer Experience Design \_ Kaffee @ HdM







# Customer Experience Design \_ Kaffee @ HdM





## Customer Experience Design \_ Blue Ocean Toolkit



Erase



Raise

Reduce



Create



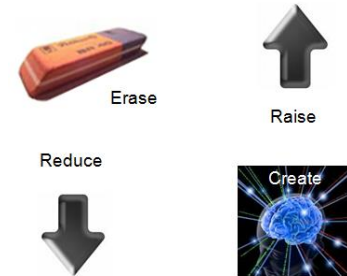


# Customer Experience Design \_ Blue Ocean Pathways \_ 5

## Pfad 5 \_ Funktionale und emotionale Kaufmotive

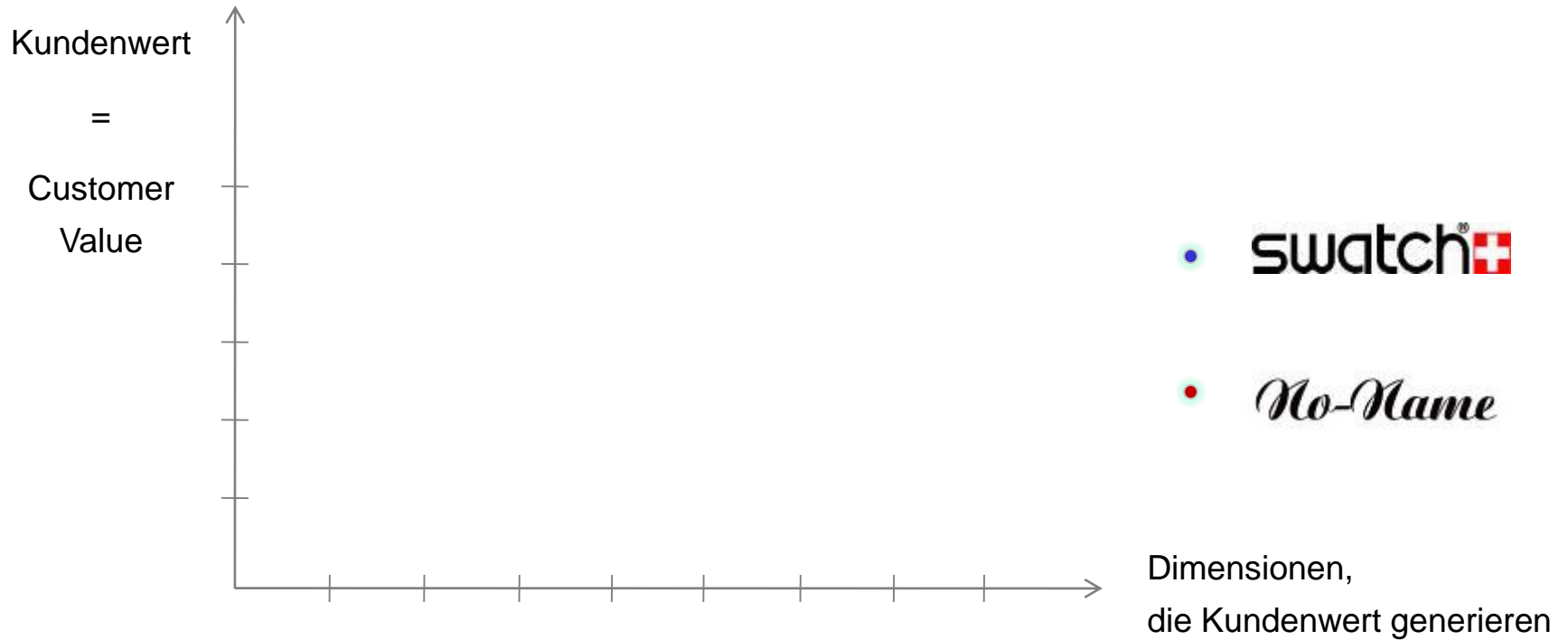
Bsp. Swatch Uhren

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





## Customer Experience Design \_ Customer Value Concept



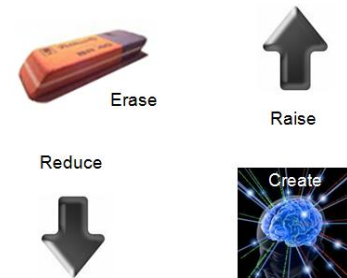


# Customer Experience Design \_ Blue Ocean Pathways \_ 3

## Pfad 3 \_ Jenseits existierender Kunden

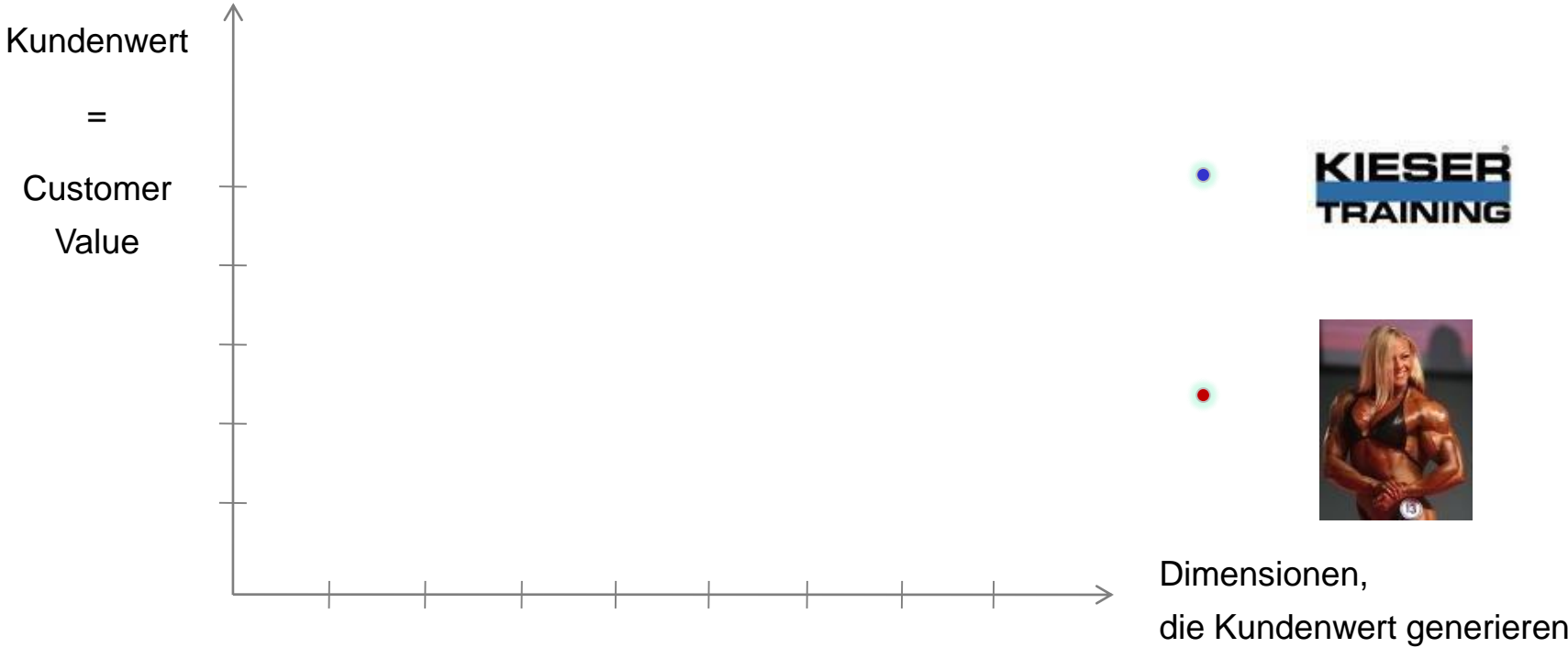
Bsp. Fitness-Studios in Deutschland

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





# Customer Experience Design \_ Customer Value Concept



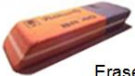


# Customer Experience Design \_ Blue Ocean Pathways \_ 4

## Pfad 4 \_ Komplementäre Produkte und Dienstleistungen

Bsp. Buchhandlung Barnes & Noble / Thalia

Arbeitsfrage dazu: Was kann ich in Buchhandlungen noch anbieten?



Erase



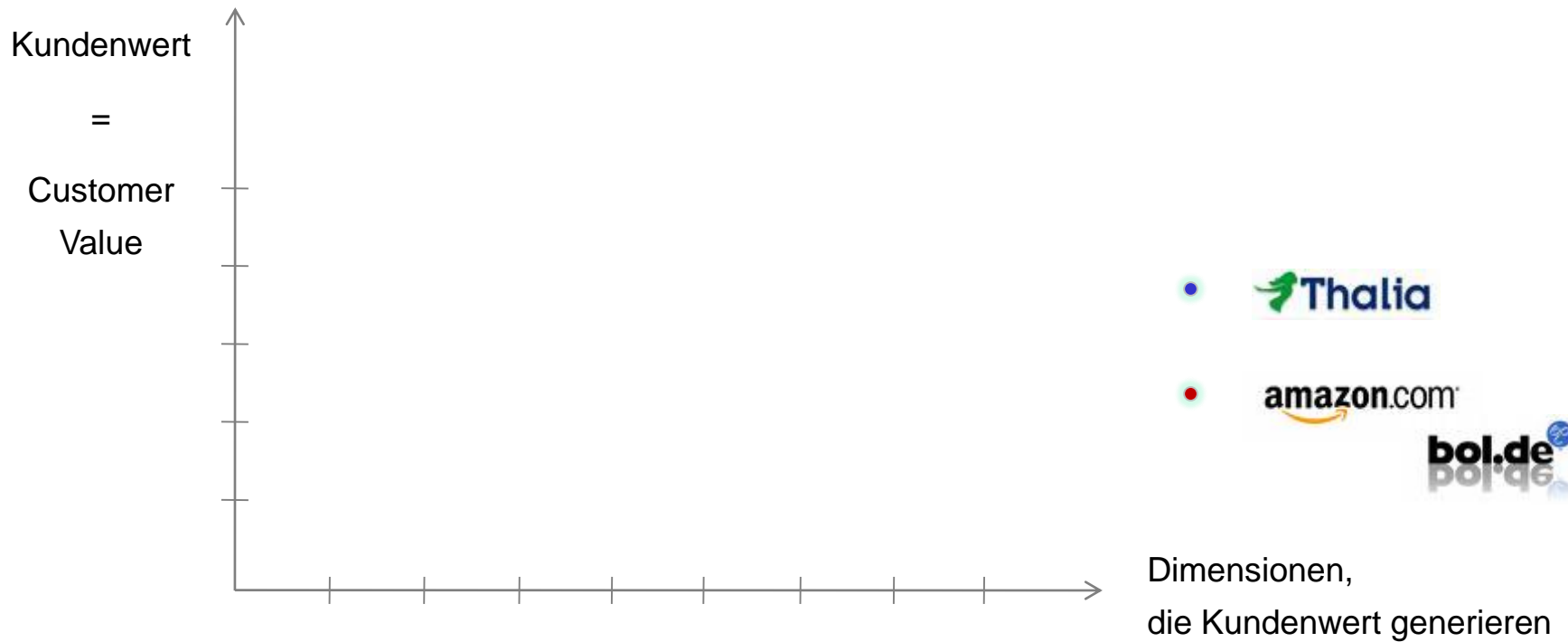
Raise

Reduce





# Customer Experience Design \_ Customer Value Concept





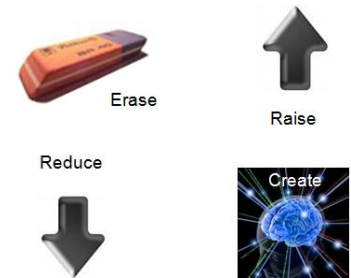


# Customer Experience Design \_ Blue Ocean Pathways \_ 6

## 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

Schleich S

Region ändern



World of Nature

World of History

World of Fantasy

World of Smurfs

Bücher &amp; mehr

Du befindest dich hier: Produktübersicht &gt; World of History &gt; Ritter &gt; Greifenritter &gt; Greifenritter Bogenschütze

## Greifenritter Bogenschütze

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

Greifenritter Bogenschütze

Artikel: 70111

NEW 07/2013



© 2013 Schleich S

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!

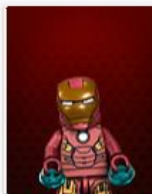


**LEGO® DC Universe™ Super Heroes**  
Superman eilt zur Rettung in seinem neuen Video!



**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.

**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

Beispielabbildung Sample image







## Authentische Bildsprache – Produkt im Mittelpunkt





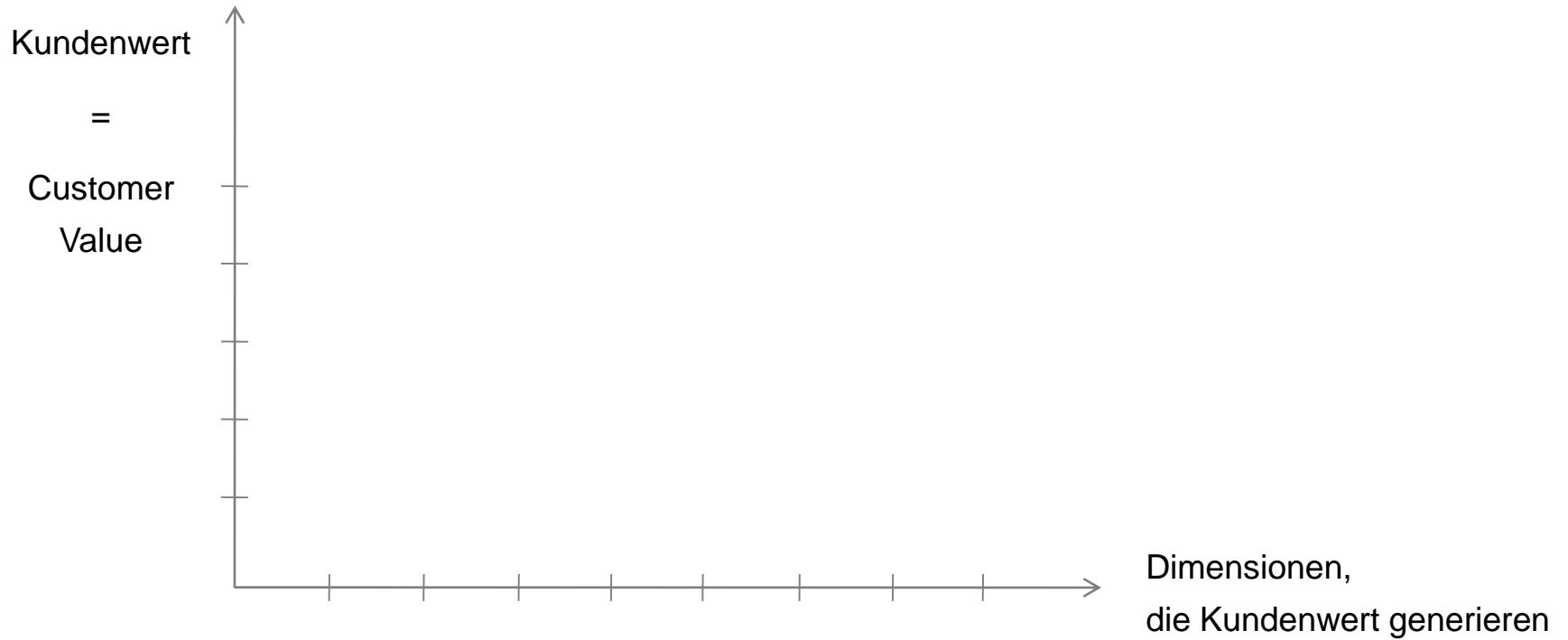
# FUTURE STORE 3.0

Fashion Shopping im Jahr 2020





## Customer Experience Design \_ Customer Value Concept



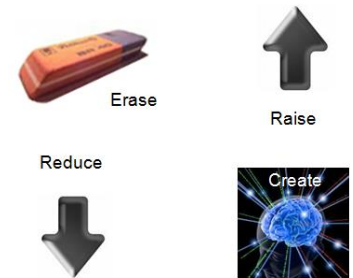


## Customer Experience Design \_ Blue Ocean Pathways \_ 6

### Pfad 6 \_ Betrachtung nachhaltiger Trends

Bsp. Digitale Musikdownloads

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

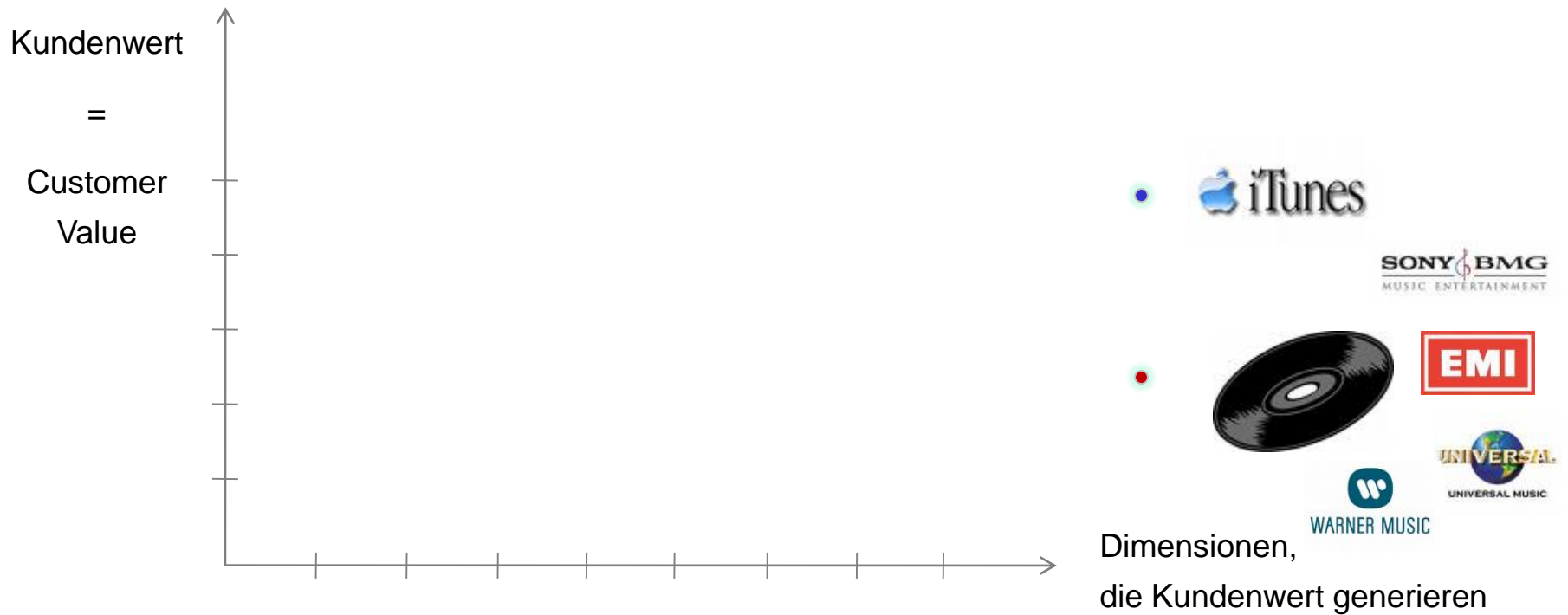


mp3





# Customer Experience Design \_ Customer Value Concept



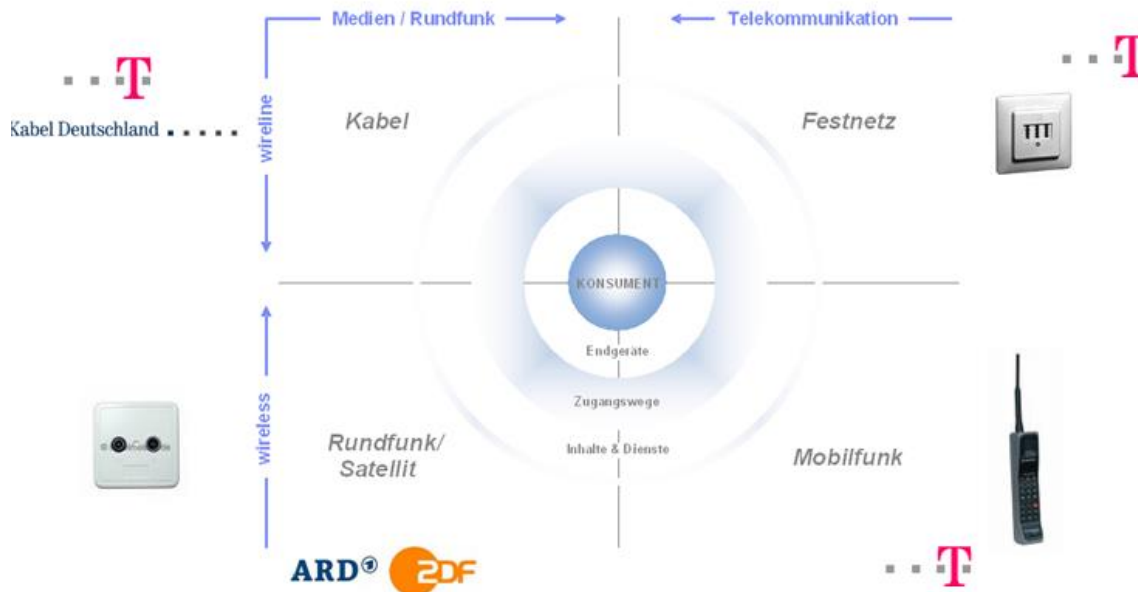
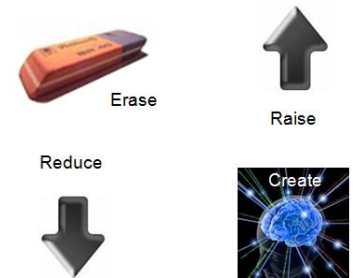


# Customer Experience Design \_ Blue Ocean Pathways \_ 2

## Pfad 2 \_ Jenseits Strategischer Grenzen

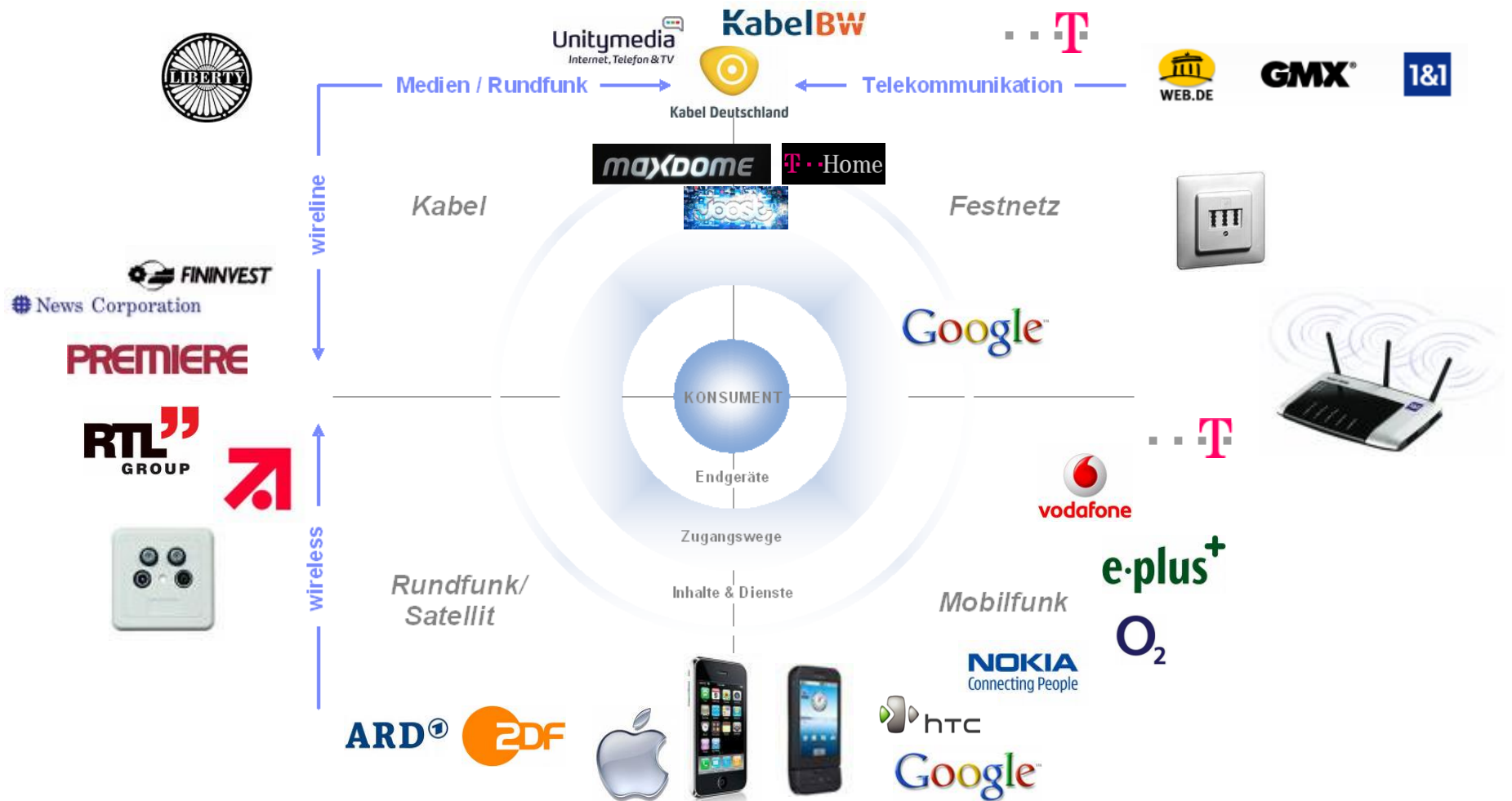
Bsp. TIME Märkte in Deutschland nach 1980

Arbeitsfrage dazu: Wer sind die Strategischen Player außerhalb?



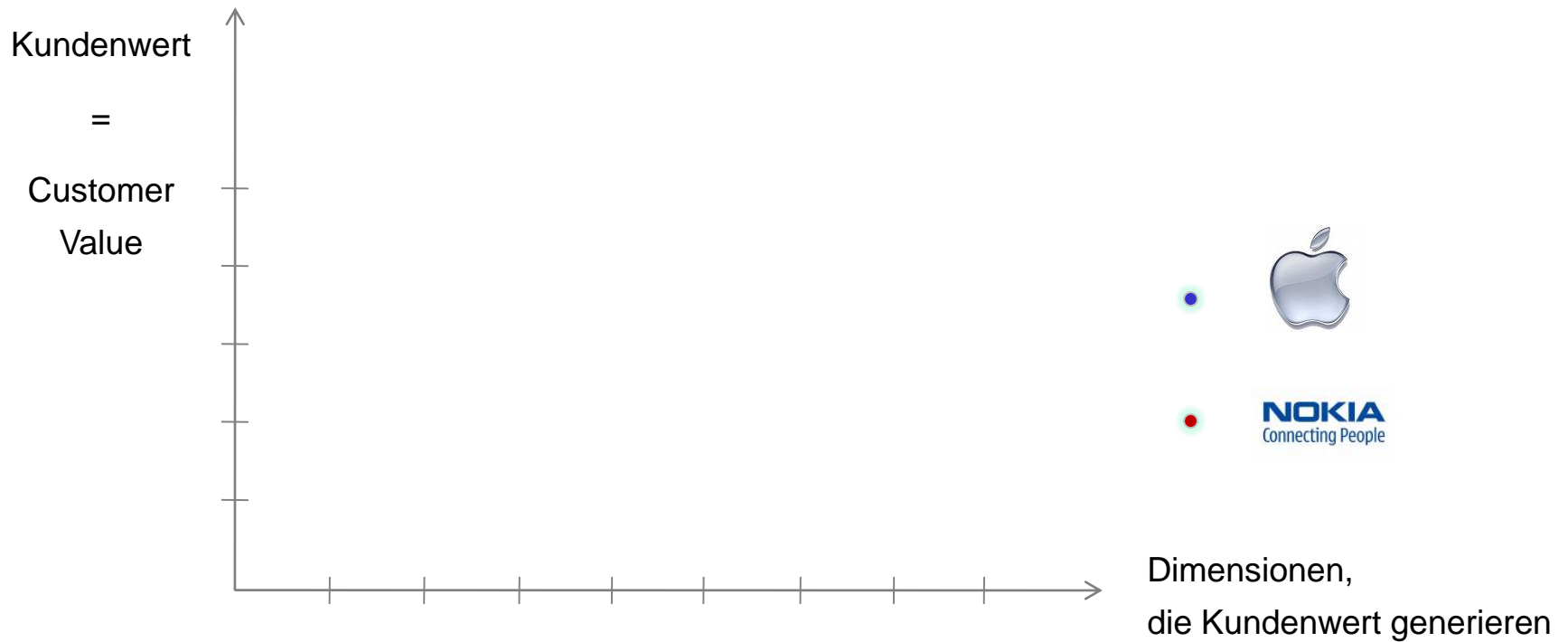


# Customer Experience Design \_ Blue Ocean Pathways \_ 2





## Customer Experience Design \_ Customer Value Concept



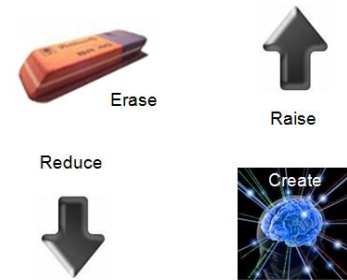
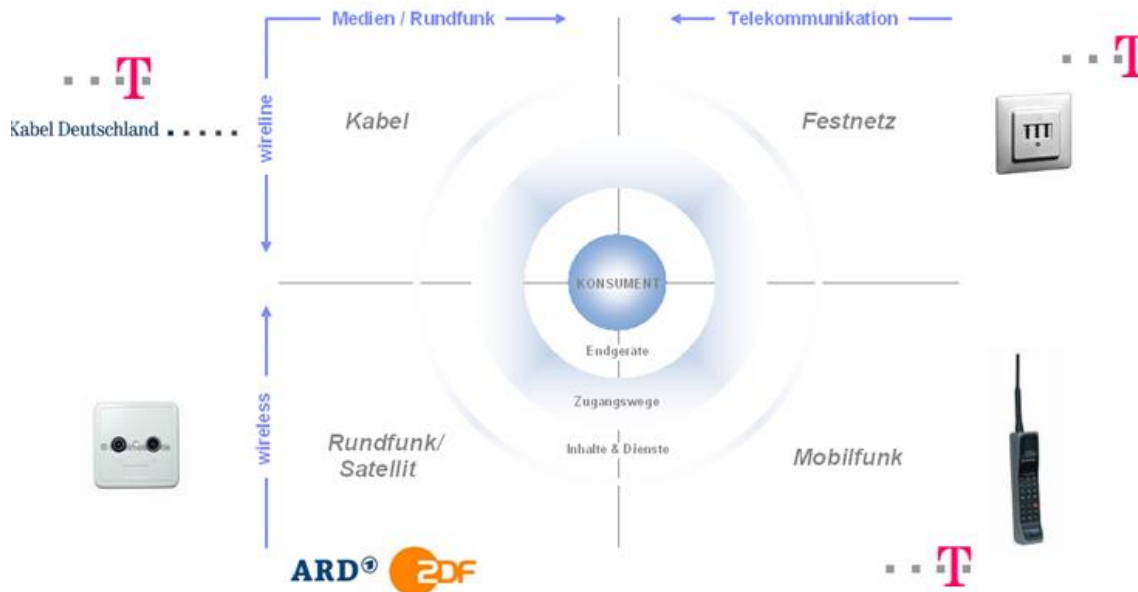




# Customer Experience Design \_ Blue Ocean Pathways \_ 1

## Pfad 1 \_ Alternative Geschäfte / Branchen

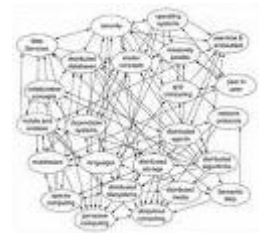
Bsp. TIME Märkte in Deutschland nach 1980 \_ Internet Service Provider  
Arbeitsfrage dazu: Wer in Deutschland hat ein Netz bis in die Haushalte?



1. Strom



2. Peer-to-peer





# Customer Experience Design \_ Customer Value Concept

