

EXECUTIVE CIRCLE INNOVATION JOURNEY

IDEO, TRENDONE UND SERVICEPLAN
LADEN SIE ZU EINER REISE IN DIE ZUKUNFT
EIN. GESTALTEN SIE MIT UNS NEUE
GESCHÄFTSMODELLE UND INNOVATIONEN
FÜR MEHR WERTSCHÖPFUNG IN IHREM
UNTERNEHMEN.

MITTWOCH 25. NOVEMBER 2009 –
DONNERSTAG 26. NOVEMBER 2009

HINTERGRUND

„Der beste Weg, die Zukunft vorauszusagen, ist, sie zu erfinden.“
Alain Kay

Über Innovationen, Trends und Consumer Insights ist schon viel gesagt worden. Dennoch wird man das Gefühl nicht los, dass diese Themen nicht einfacher, sondern mit der Zeit immer komplexer geworden sind: Gerade heute ist es wichtig, dass Marken, Produkte und Dienstleistungen Kunden direkt und persönlich ansprechen. Wir wollen Marktforschung, Trendscouting und Consumer Insights als Inspiration und Grundlage für die Gestaltung von Markenerfahrungen und die Kommunikation dessen nicht in Isolation, sondern holistisch betrachten:

Während der Innovation Journey erleben Sie diesen ganzheitlichen Serviceansatz, der die Themen Consumer Insights, Trendforschung, Konzeptentwicklung, Design und Kreation intelligent miteinander verknüpft.

Dieser Ansatz hilft Ihnen, den Erfolg von Innovationen und das Wachstum Ihres Unternehmen besser zu antizipieren, zu gestalten und zu steuern – darüber hinaus die wichtigen Stufen des Innovationsmanagements und der strategischen Umsetzung zu integrieren.

AGENDA

Mittwoch, 25. November 2009
18:30 bis 22:00 Uhr
Brienner Straße 45 a–d
Innovation Dinner & Keynote



Bernd Arold wollte schon als junger Mann die Welt kochenderweise retten und startete seine Mission im Backöfele in Würzburg. Während seiner Karriere konnte er in zahlreichen bekannten, kulinarischen Zwischenstationen wie dem Käfer, Lenbach oder ess9 in München seine Kochkunst verfeinern, um seit 2008 in seinem eigenen Restaurant „Der Gesellschaftsraum“ in seinem gewohnt verrückten Stil die Gäste zu verwöhnen und zu inspirieren. Sein Arbeitsmotto: Hardcore for Life!

GLOBAL TRENDJOURNEY

Sven Tollmien, Head of Digital Trend Unit, TrendONE

Dinnerspeech:

Wir laden Sie ein auf eine globale Trendjourney zu den wichtigsten Innovation-Hotspots weltweit. Erleben Sie Trendsetter, Innovatoren und geniale Erfinder hautnah. Werfen Sie einen Blick in die Forschungslabors führender Medien- und Technologieunternehmen ...



Donnerstag, 26. November 2009
9:15 bis 10:00 Uhr Frühstück
10:00 bis 12:30 Uhr 5 x 15 Minuten Impulsreferate
Brienner Straße 45 a–d

MODERATION

Ronald Focken, Geschäftsführer SERVICEPLAN Agenturgruppe



IMPULSREFERAT: WELCOME TO THE OUTERNET

Nils Müller, Founder TrendONE

„Die Welt ist ein Buch. Wer nicht reist, liest nur eine Seite.“
Aurelius Augustinus (354–430)

„The Internet will explode into the real world.“

Nils Müller, Founder TrendONE

Nils Müller nimmt Sie mit auf eine multimediale, videobasierte Zukunftsreise zum Web of Things, Augmented Reality, Hyperlocality, Cloud Computing und Ambient Intelligence.



IMPULSREFERAT: INNOVATION THINKING - WEGE ZUR RELEVANZ

Leif Huff, Geschäftsführer IDEO

Was haben ein neues Geschäftsmodell für Bank of America und eine Teppichreinigung für Procter & Gamble gemeinsam? Wirtschaftlichen Erfolg durch direkten Bezug auf Kundenbedürfnisse. IDEO hat diese Relevanz für den Kunden erfasst und maßgeblich gestaltet. Leif Huff wird Methoden und Vorgehensweisen bei der Entwicklung relevanter und wirtschaftlich erfolgreicher Produkt- und Dienstleistungsinnovationen anhand aktueller Beispiele von IDEO zeigen und erläutern.



IMPULSREFERAT: KUNDENINTEGRATION ZUR RISIKOREDUKTION

Alexander Lang, Innovation Consulting Siemens AG

Untersuchungen zeigen, je nach Branche floppen 70% der Neuprodukteinführungen. Sollten sich Unternehmen in diesen Zeiten nicht auf die richtigen Produkte konzentrieren? Was sind aber die richtigen Produkte? Sicher, klassische Marktforschung kann hier einige Hinweise geben. Kunden aber nicht nur um Feedback zu bitten, sondern direkt in den Entwicklungsprozess zu integrieren, reduziert das Risiko derartiger Flopps drastisch.



IMPULSREFERAT: INNOVATIONSINITIATIVEN BEI DER DEUTSCHEN POST AG

Marco Hauprich, Vice President – Neue Technologien Deutsche Post AG, Zentrale Time to market im Großkonzern – von der Idee zum Produkt. Beispiele und Herausforderungen.

Als klare Antwort auf die fortschreitenden e-Substitutionen begibt sich die Deutsche Post DHL auf den Weg vom klassischen Transporteur physischer Sendungen zum technologieübergreifenden Kommunikationsdienstleister. Mit ihren Initiativen baut die Deutsche Post ihre Kerngeschäftsfelder in die elektronischen Märkte aus, mit dem Ziel, neue digitale Ertragsfelder vorzubereiten, Knowhow aufzubauen und Marktführerschaft zu erreichen. Anhand einiger Beispiele wird verdeutlicht, wie ein Großkonzern sich den schnelllebigen Marktentwicklungen stellt.



IMPULSREFERAT: INNOVATIVE CAMPAIGNING

Stefan Schütte, Geschäftsführer SERVICEPLAN Campaign

Nichts kann mehr bleiben, wie es ist. Kanäle, Formate, Zugänge, Wirkweisen, Systematik, Mechanik von Kommunikation. Berichte aus dem Innovationslabor deutscher Werbung. Cases, Pilotprojekte, Integrationserfolge und vertikale Kampagnen für eine neue Generation Markenmacher.



Donnerstag, 26. November 2009
13:30 bis 17:30 Uhr
Brienner Straße 45 a-d
Nachmittag: Innovationsworkshop

WORKSHOP

Latente Bedürfnisse und Motivationen von Menschen werden entdeckt und dienen uns als Inspiration. Daraus entwickeln wir Fragestellungen zu Wachstumsmöglichkeiten von Unternehmen. Bei der Moderation des Workshops werden IDEO-Mitarbeiter Techniken und Methoden zur Generierung von „User Insights“ und deren Übersetzung in konkrete Möglichkeitsfelder zur Entwicklung erfolgreicher Innovationen darstellen.

SUMMARY & DISCUSSION

DIE KOMPETENZ DER KOOPERATIONSPARTNER:



TrendONE ist Europas führendes Forschungslabel für Micro-Trends. Micro-Trends sind Best Practices Cases und konkrete Innovationen aus den Bereichen Marketing, Media, Technology and Lifestyle. Mit über 80 weltweiten Trendscouts in 22 Sprachregionen identifiziert TrendONE monatlich über 300 Micro-Trends.



IDEO ist eine der weltweit führenden Innovationsberatungen mit 580 Mitarbeitern an acht Standorten weltweit. Hauptsitz von IDEO ist im Herzen des Silicon Valley in Palo Alto, Kalifornien. Business Week Magazine hat IDEO als eine der 25 innovativsten Firmen der Welt ausgewählt – als einziges Beratungsunternehmen.

SERVICEPLAN

Die SERVICEPLAN Gruppe ist Deutschlands größte inhabergeführte Agentur und bietet alle modernen Kommunikationsdisziplinen unter einem Dach. Über 970 Mitarbeiter arbeiten in München, Hamburg und Berlin für renommierte Kunden wie Veltins, HiPP, Miele, Rolf Benz, AOK, Sony Ericsson oder BMW.

ANMELDUNG UND RÜCKFRAGEN

SERVICEPLAN Agenturgruppe, Julia Becker,
+49 89 2050 2525, julia.becker@serviceplan.de