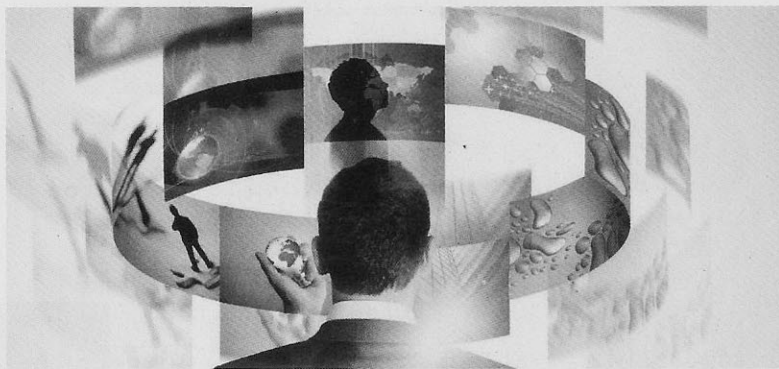


HEUTE WISSEN, WAS MORGEN ZÄHLT

Mit Future Management relevante Entwicklungen im Blick

Wie können sich Unternehmen fit für die Zukunft machen? Diese Frage beschäftigt die Verantwortlichen, nicht nur weil davon auch ihre eigene Zukunft abhängt. Future Management gehört heute zu den entscheidenden Disziplinen, um als Unternehmen wettbewerbsfähig zu bleiben bzw. zu werden. Es gibt wenige Entscheidungen, die so nachhaltig sind, wie heute die richtigen Weichen für morgen zu stellen. Diejenigen, die eintauchen in das, was absehbar ist, was kommt, was wird, nutzen die gängigen Methoden und Tools, um zuverlässige Vorhersagen machen zu können: Zukunftsforschung, Mega-, Makro- und Microtrends, technologische Entwicklungen, Weak Signals und Foresights, Szenarien und Simulationen. Von der FAZ kürzlich als „Professionelle Propheten“ bezeichnet, analysieren Zukunftsforscher und Innovationsberater heute zudem anbahnende Gesetzesnovellen, gesellschaftliche Veränderungen und Wertewandel, neue Geschäftsmodelle und vieles mehr.

Die Herausforderung, strategisch wie operativ besteht darin, den



Gut vorbereitet auf die Zukunft bedeutet auch, sich mit frühzeitig mit Technologien auseinanderzusetzen, die die Kommunikation verändern werden.

Hype vom nachhaltig Wertschöpfenden unterscheiden zu können. Denn nicht jeder Trend wird zur Innovation, nicht jedes Geschäftsmodell ein Erfolg und nicht jede Technologie ein Standard. Wie also lässt sich Entstehendes und Zukünftiges heute schon bewerten? Eine schwierige und gleichzeitig essentielle Frage, deren Antwort über zukünftigen Erfolg und Misserfolg entscheiden kann.

Die Hamburger Innovationsberatung KEY VALUES ist dieser Frage nachgegangen und hat sechs elementare Faktoren für die Zukunftsfähigkeit neuer Konzepte und neuer Technologien identifiziert: Adaptionfähigkeit, Diffusi-

onsgeschwindigkeit, Heterogene Erfolgscluster, Anwendungsvielfalt, Problemlösungspotenzial, Nutzenstiftung.

Eine Technologie, die ein vielfaches JA bei diesen erfolgskritischen Fragen hervorbringt, heißt Augmented Reality (AR). AR ist die computergestützte Erweiterung der Wahrnehmungsebene, welche die IST-Situation unterstützt und den Zugang zu wertvollen Informationen, Angeboten und Services liefern kann. ■

Ein Beitrag von:
Rolf Buchholz,
KEY VALUES GmbH, Hamburg
www.key-values.com

DIALOGMARKETING 2011

Wo liegen die echten Herausforderungen?

Würde eine Maxime für das Dialogmarketing 2011 formuliert werden, so könnte sie lauten: Jedem Kunden nach seinen Bedürfnissen, jedem Medium nach dessen Potenzialen und jedem Unternehmen nach seinen Ressourcen. Dabei stellen sich in diesem Jahr drei zentrale Fragen:

Wie sieht ein erfolgreicher Marketing-Mix aus? Welche Rolle nehmen die modernen Kommunikationswege für die jeweiligen Unternehmen und Dienstleister im


Dialog mit dem Kunden ein? Wie kann vor allem die Wirkung der digitalen Marketingmaßnahmen nachgewiesen werden? Fragen, auf die vier Dialogmarketing-Experten ausführlich Antwort geben. ■

Ein Beitrag von:
Tina Ebermann

Der vollständige Beitrag ist über Handy abrufbar. Einfach QR-Code scannen.




Anzeige



Kraftvoll
Print Solutions

- > Sie brauchen neue kreative Ideen von einem zuverlässigen Partner?
- > Prinovis ist Ihr Dienstleister für innovative und interaktive Kommunikations- und Drucklösungen.

www.prinovis.com



Anzeige