Innovationsoffensive in der Produktentwicklung

Innovative Produkte und Leistungen sichern Ihre Position im internationalen Wettbewerb!

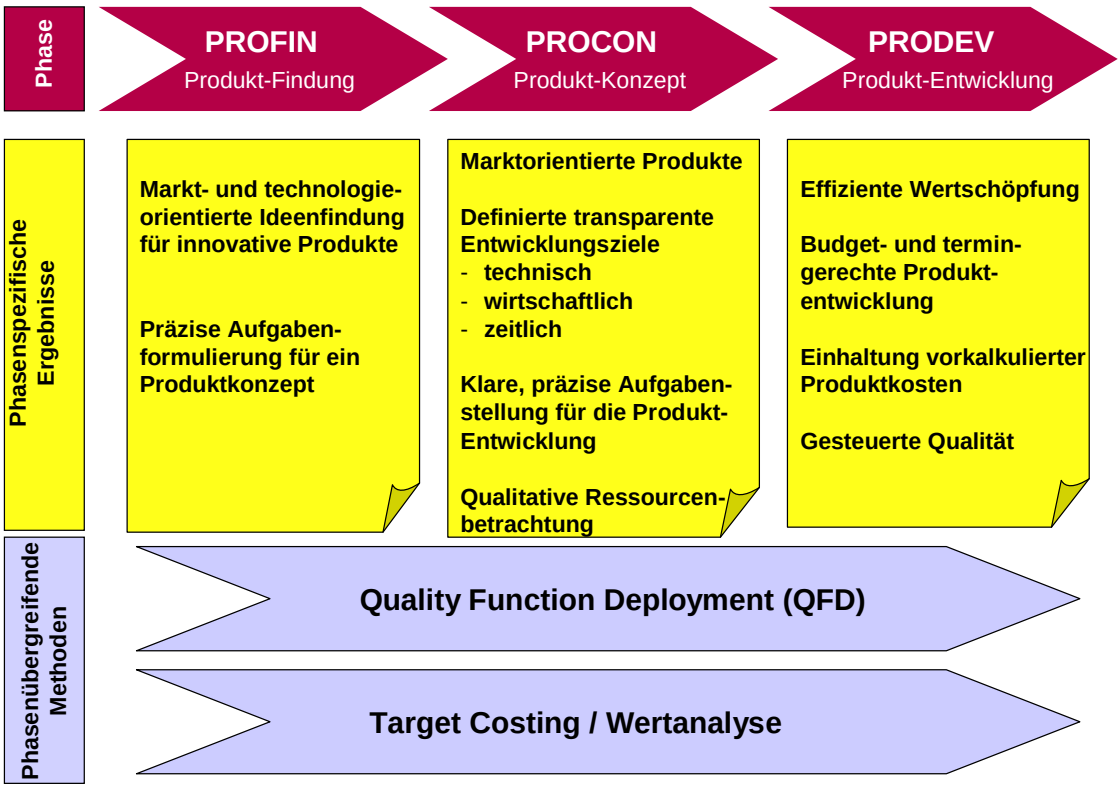
Innovationsmanagement wird damit zur zentralen Aufgabe bei der Zukunfts-sicherung des Unternehmens.

Am Markt erfolgreiche Produkte und Dienstleistungen sind die Treiber des Unternehmenserfolgs -sie

- treffen die Kundenbedürfnisse zur rechten Zeit und
- sind für eine kostenoptimierten Herstellung konzipiert.

100 % des Designs und 80% der Kosten eines Produktes werden in der Produkt-findungs- und Konzeptphase determiniert.

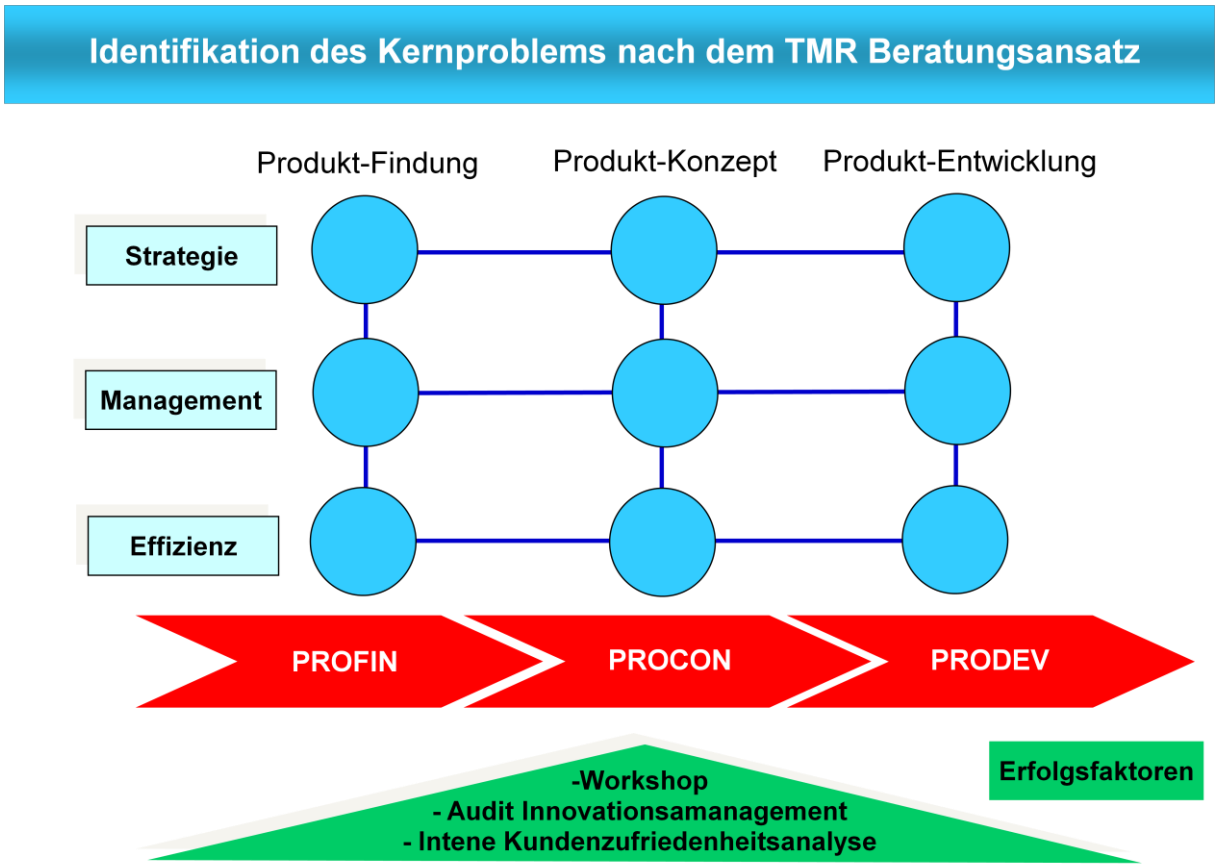
Erfolgreiche Innovation basiert auf einem durchgängig abgestimmten und gesteuerten Prozess von der Ideenfindung bis zur Einführung des Produktes. Entwicklungsflops, in welcher Phase auch immer, kann sich heute Niemand mehr leisten.



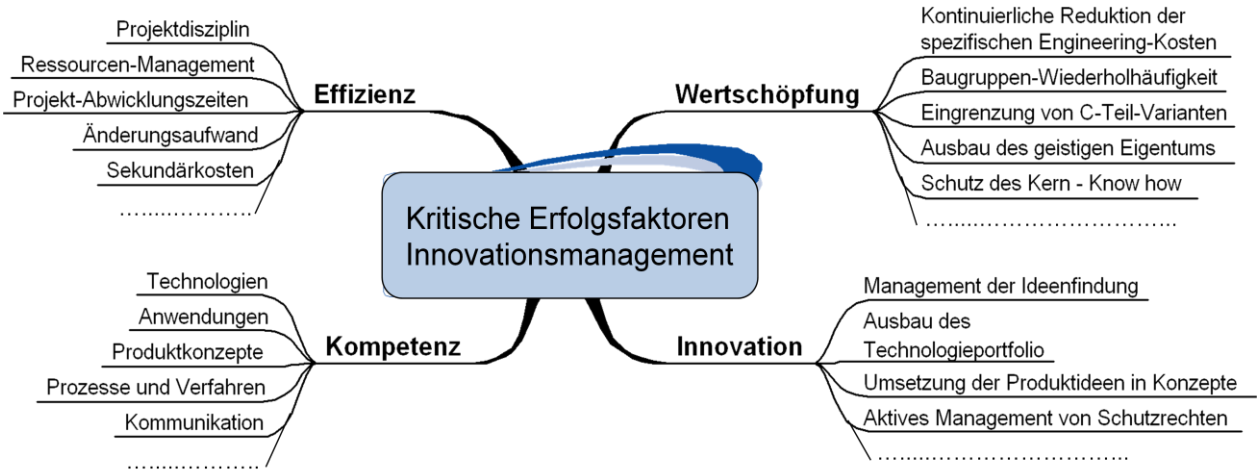
Als umsetzungsorientierte Unternehmensberatung ist ***TMR*** Consulting seit mehr als 20 Jahren im Maschinen- und Anlagenbau erfolgreich. Wir haben aus unseren Projekterfahrungen eine modulare Vorgehensweise für ein effizientes Innovations-management entwickelt, mit der wir den Innovationsprozess in Unternehmen erfolgreich gestalten können.

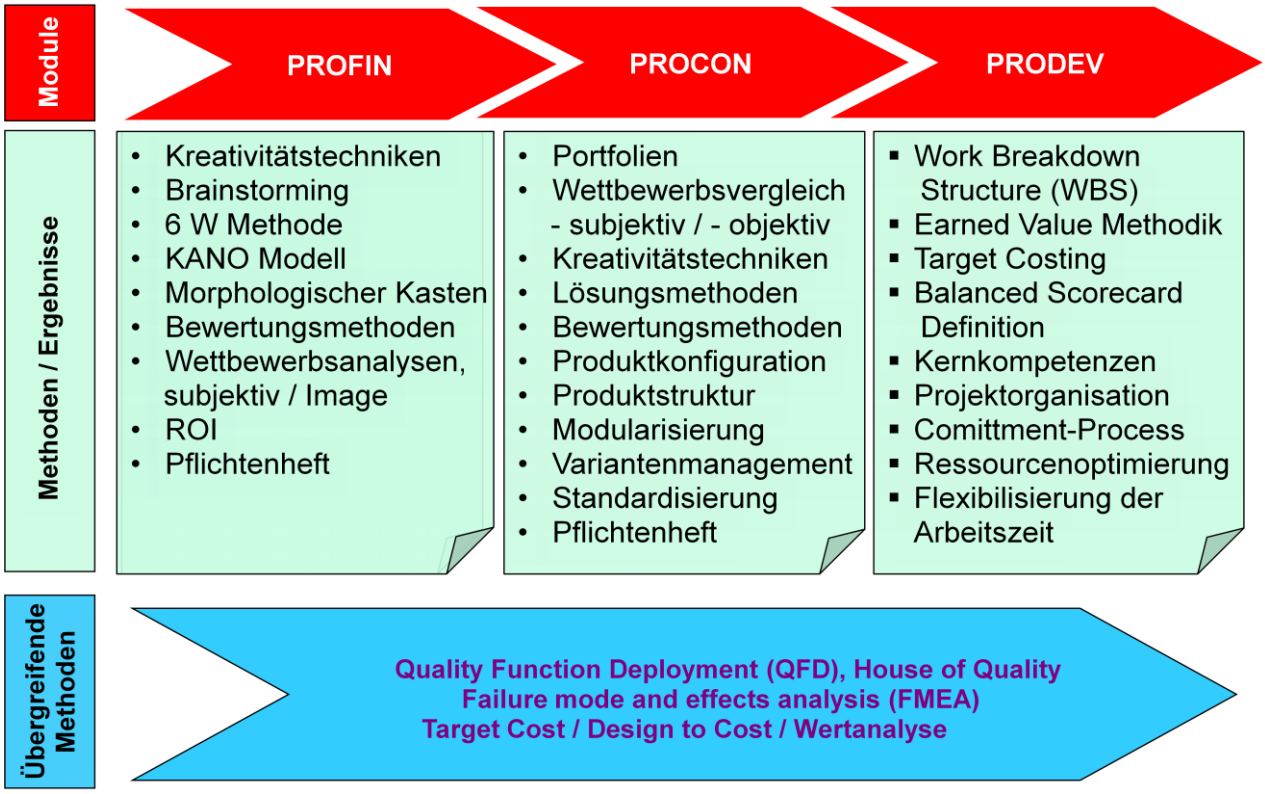
Effizienz in Innovationsmanagement und Produktentwicklung

Der modulare *TMR* - Beratungsansatz



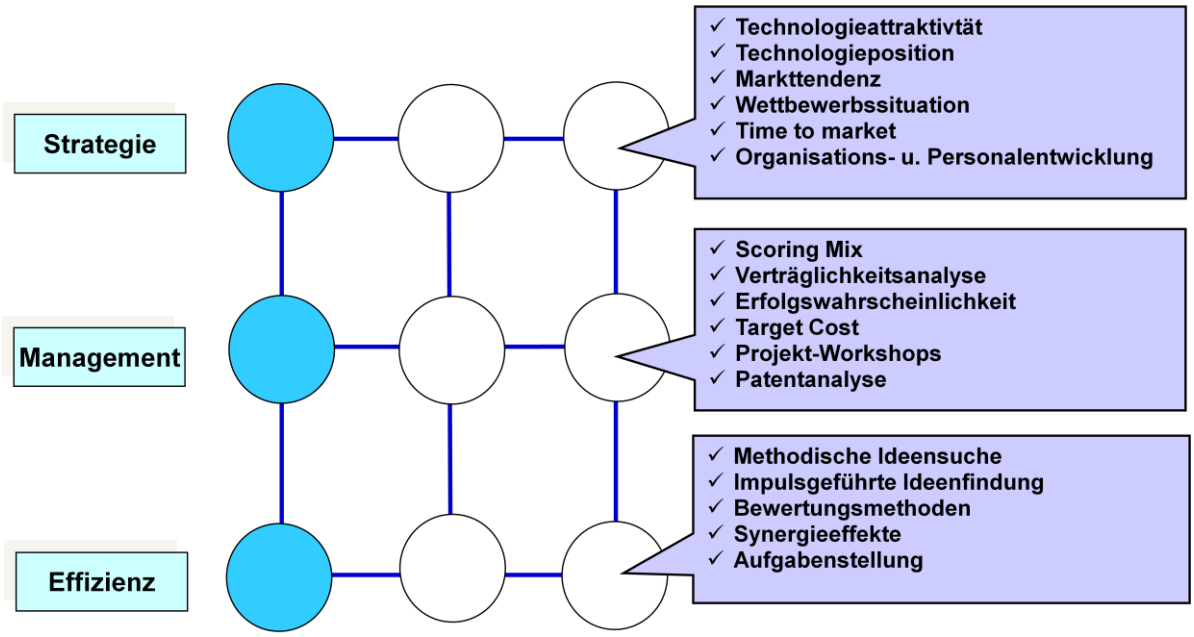
Die kritischen Erfolgsfaktoren für das Engineering





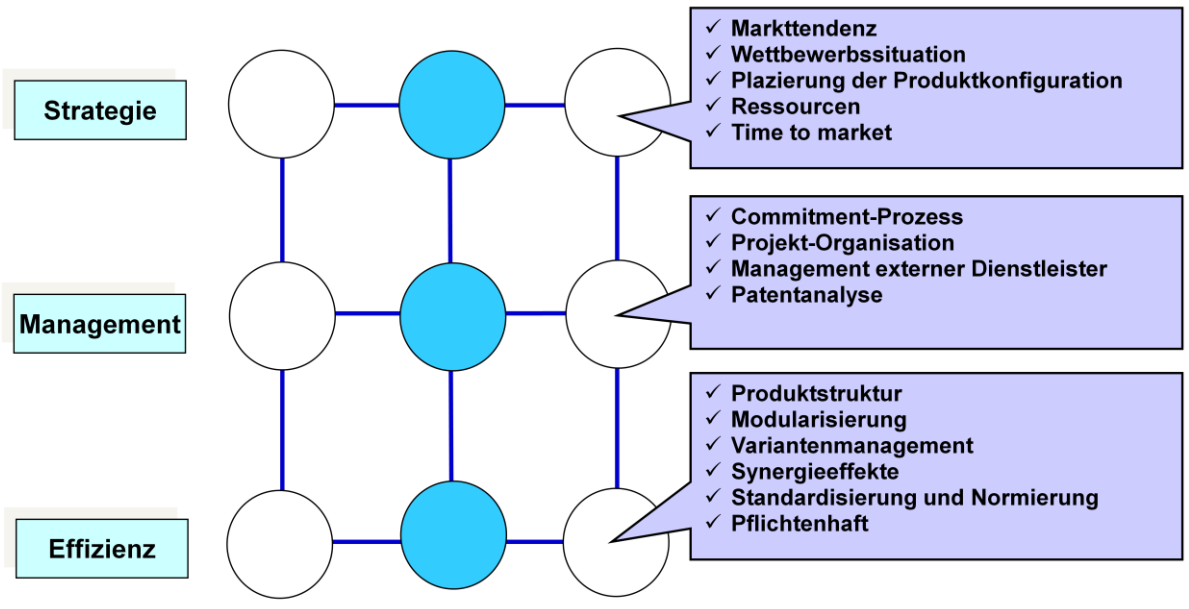
PROFIN PROCON PRODEV

Analysefelder und Methodeneinsatz

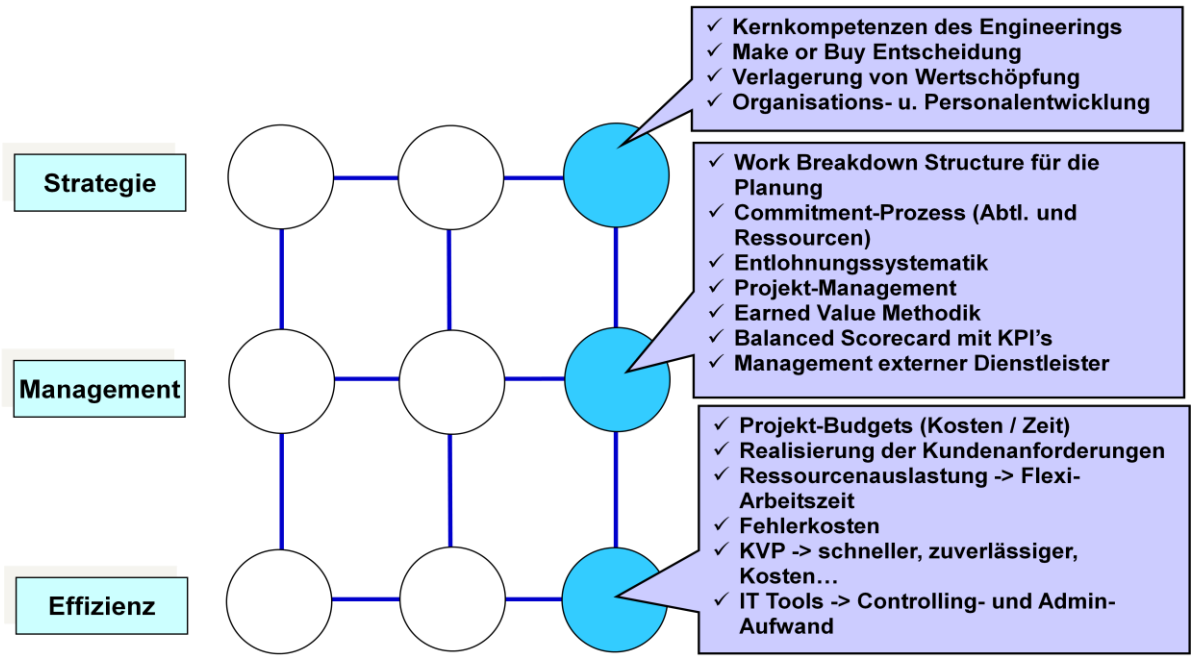


PROFIN PROCON PRODEV

Analysefelder und Methodeneinsatz



Analysefelder und Methodeneinsatz



Nutzen der *TMR* Vorgehensweise

PROFIN

- Keine Aktivitäten für Flops
- Bewertete Ideen für neue Produkte

PROCON

- Klares Pflichtenheft
- Geklärte Machbarkeit
- Klare Positionierung des Produktes bezogen auf Markt- und Kunden-anforderungen und gegenüber dem Wettbewerb
- Schnelle und einfache Abdeckung der Kundenanforderungen

PRODEV

- Kontinuierliche Verfolgung des Entwicklungsbudgets
- Verfolgung der definierten Ziel-Herstellkosten
- Einhaltung der Entwicklungszeit
- Qualität des Konstruktionsergebnisses

Modulübergreifend

- Erhöhung der Wertschöpfung in F & E
- Erhöhung des Anteils der neuen Produkte am Umsatz
- Steuerung von Produktportfolios / Lebenszyklen