



MRC Innovations-Workshops

Herzlich Willkommen bei MRC!

Wir bieten neben unseren klassischen Tätigkeiten im Marktforschungsbereich auch Unterstützung im Bereich Innovations-Entwicklung an. Dazu gehört die Planung, Durchführung und Nachbereitung von

MRC Innovations-Workshops

MRC war 2001 der erste Anbieter eines „Co-Creation“-Ansatzes zur Innovationsentwicklung in Deutschland.

Wir haben den MRC Innovations-Workshop-Ansatz aus der betrieblichen Praxis heraus entwickelt, als unsere Kunden aus Marketing und Produktentwicklung sich immer wieder wünschten, in kurzer Zeit zielgruppenrelevante und umsetzungsorientierte neue Ideen zu entwickeln.



Charakteristika von MRC Innovations-Workshops

1 | Der frühe Einbezug des Kunden bzw. Nutzers

- ▶ Die Innovationsideen werden aus relevanten „Customer Insights“ entwickelt
- ▶ Die Verwender selbst entwickeln Ideen und stimulieren mit ihrem Input das Innovations-Team zu weiteren Ideen



Charakteristika von MRC Innovations-Workshops

2 | Die Interaktion eines multi-funktionalen Teams

- ▶ Wir arbeiten mit Teams aus:
Marketing, Produktentwicklung, Vertrieb, Agentur, Marktforschung,
und vielfach auch mit externen Experten, wie z. B. Wissenschaftlern,
Trend-Scouts, Journalisten, u. a.
- ▶ Das fördert den kreativen Prozess: es entstehen viele Ideen in
kurzer Zeit und mehr „out-of-the-box“ Ideen
- ▶ Und es beschleunigt die Abstimmung und Kooperation in der
Umsetzung nach dem Workshop



Charakteristika von MRC Innovations-Workshops

3 | Die Kombination von kreativem Prozess und strukturierter Ideen-Bewertung

- ▶ Die Ideen werden im Workshop vom Team bewertet und priorisiert
- ▶ Zu den priorisierten Ideenskizzen und Konzeptentwürfen wird im Workshop unmittelbar Feedback von Verwendern eingeholt („reality check“)
- ▶ Diese Kombination führt zu innovativen aber zugleich zu zielgruppenrelevanten und realisierbaren Ideen.



Die Vorteile von MRC Innovations-Workshops

- ▶ Unmittelbar greifbare Ergebnisse in Form von konkreten Ideenskizzen bzw. Produktkonzepten, mit denen sich die Umsetzungsphase schnell vorantreiben lässt
- ▶ Innovative aber zugleich realisierbare Ideen in kurzer Zeit
- ▶ Verbraucher- und Insight-Zentrierung der Ideengenerierung als entscheidender Erfolgsfaktor für Innovationsentwicklung
 - ▶ Verbraucher-Input wird direkt im Workshop zur Ideen-/Konzept-Generierung genutzt
 - ▶ Verbraucher-Feedback auf die entwickelten Ideen-/Konzepte wird unmittelbar während des Workshop schon eingeholt
- ▶ Workshop-Konzeption zugeschnitten auf Ihre unternehmerischen Fragestellungen und Zielsetzungen



MRC Innovations-Workshops in Zahlen

- ▶ 30+ Marken
- ▶ 20 Kategorien aus unterschiedlichsten Branchen
 - ▶ FMCG
 - ▶ Gebrauchsgüter
 - ▶ Industrie / Gewerbe
 - ▶ Dienstleistungen / Handel / Banken
- ▶ 60+ Workshops, national und international
- ▶ 45+ erfolgreich eingeführte Produkte
- ▶ 8 von 10 der MRC Innovations-Workshop-Kunden haben mehr als einen Innovations-Workshop mit uns gemacht



MRC Innovations-Workshops

Kundenstimmen zu MRC Innovations-Workshops

„Überdurchschnittliche Innovationserfolge wie der Gewinn des Innovationspreises der deutschen Wirtschaft mit dem NewWave-Geschirrr wären ohne frühe und intensive Kundeneinbindung nicht möglich. Die mit MRC gemeinsam durchgeführten Idea-Generation-Workshops haben immer wieder zu beeindruckenden Ideen-sammlungen geführt, die uns helfen, die Weichen für die Zukunft richtig zu stellen.“

Dr. P. Delwing, Head of Innovation, Idea Management, Business Development Villeroy & Boch

„Differenzierung durch Innovation ist immer wieder die große Herausforderung bei der Produktentwicklung. Hierbei hat sich der MRC Innovationsworkshop als sehr wertvolles Werkzeug erwiesen – zum einen dank seiner Nähe zur Zielgruppe, zum anderen, weil die Team-Mitglieder aus so unterschiedlichen Bereichen kamen.“

Bruno Barro, International Senior Brand Manager, Varta / Spectrum Brands

