

STEINBEIS-TRANSFERZENTRUM UNTERNEHMENSENTWICKLUNG

FORSCHUNGSSCHWERPUNKT / KNOW-HOW

Preisbestimmung und Preismanagement

Faktoren, Meßmethoden und Prozesse der Preisfindung

Strategisches und operatives Preisverhalten

Wachstumsstrategien

Bestimmung Ihres strategischen Profils und Standorts

Analyse von Wachstumshindernissen

Optimierung des Marketing-Mix zur Generierung von Wachstum

Electronic Business

Nutzung von Electronic Business zur Leistungssteigerung und/oder Kostensenkung

Themenkreise:

elektronischer Zugang zum Kunden, insbes. Erschließung neuer Kunden- und Lieferantengruppen, Ausweitung des Marktes und der Reichweite des Geschäfts

Ergänzung oder Ersatz bisheriger Verwaltungs- und Abwicklungsprozesse durch elektronische Formen

Marketing, Beschaffung und Kostenmanagement mittels vernetzter Geschäftsstrukturen

bessere An- und Einbindung des Außendienstes in die Informationsschleifen

Orientierungshilfe und Hilfe bei Projektdefinition und Partnerwahl

Marktforschung, insbesondere Auslandsmarktforschung mit Schwerpunkt USA

Analysen im Bereich Markt, Industrie/Branche, Zielgruppe/Segment, Produkt/Dienstleistung, Wettbewerb

Kontakt

Ph. D. Prof. Roland Heger

Payerstraße 79
72764 Reutlingen
Deutschland

<http://www.steinbeis.de/su/470>

Ansprechpartner

IHK Reutlingen

Dr. Tobias Adamczyk

Hindenburgstr. 54
72762 Reutlingen

Tel.: 07121 / 201-253
adamczyk@reutlingen.ihk.de

Top-Wissenschaft.de

Unternehmen trifft Wissenschaft
Ein Angebot der Industrie- und
Handelskammern in Baden-
Württemberg und Rheinland-Pfalz

Top  Wissenschaft
suchen und finden

Entwicklung von Marktinformations-, -beobachtungs- und -überwachungssystemen für Groß-, Mittel- und Kleinunternehmen (Unternehmensgröße bestimmt Unterschiede im Informationsbedarf, in der Informationsaufbereitung, in den benötigten Systemen und in den Qualifikationen der Mitarbeiter)

Spezialist für Conjoint-Analysen (reinen Befragungstechniken überlegene Methode zur Messung von Wertvorstellungen im Bereich Produkt, Service und Ideen/Einstellungen);
nützlich

- zur Preisbestimmung eines Produkts oder Sortiments
- zur Identifizierung von Produkt- und Segmentlücken
- zur Identifizierung von WZTs/HVGs (WertZuwachsTreibern; "Highest Value Generators")

Entwicklung, Nutzung und Vermarktung innovativer Softwaretechniken, insbesondere

Fuzzy Logic

Neuronale Netze

E-Commerce-Plattformen

Ausgesuchte statistische Verfahren, insbesondere

Faktoranalyse

Clusteranalyse (auch fuzzy clustering nach Bezdek)

Explorative Datenanalyse, z.B. zum Finden neuer Kundenklassen, Produkt- und Kaufrends ("data mining")

ANGEBOTE

Seminare und Schulungen

Workshops

Beratungsprojekte

PROJEKTBEISPIELE

Schadensanalysen an Bauteilen

Vergleichende Untersuchungen von Wettbewerbsprodukten

Beratung im Rahmen von Produktentwicklungen

Werkstoffuntersuchungen

Entwicklung einer Technologie zur Herstellung von Verbundbauteilen

FEM-Analyse an Dichtelement

Werkstoffauswahl für tribologisch beanspruchtes Bauteil

Qualitätsmanagement bei Kunststoff-Formteilen

Machbarkeitsstudie über die Wiederverwertung von Rezyklatwerkstoffen