

Newsletter März 2015

Ideen
Impulse &
Inspirationen

Die Geschichte der Begeisterung oder wie man einen WOW-Effekt erzielt

“

Begeisterung erhebt das Leben über das Alltägliche und verleiht ihm erst einen Sinn.

[Norman Vincent Peale]

Dieses Zitat begleitet mich schon viele Jahre an einem exponierten Platz, an dem ich es oft betrachten kann. Alltägliches haben wir genug um uns herum, Routine, Rituale bestimmen unseren Alltag. Und doch gibt es sie, die Momente, in denen sich Begeisterung explosionsartig ausbreitet, die Augen zu leuchten beginnen und ein WOW über unsere Lippen kommt. Es sind die Momente die ich genieße, denn sie sind nahezu magisch!

Ich streichle über die gelungenen Rundungen

meines MacBooks, fühle die kühle, leicht angeraute, silberige Oberfläche. Das Apple Logo leuchtet mir hell und freundlich entgegen. Dann öffne ich es mit spielerischer Leichtigkeit, präzise, schön, anmutend und durchdacht bis ins kleinste Detail. WOW, dieses Produkt ist etwas Besonderes und ich fühle die Begeisterung und Leidenschaft derer, die es erschaffen haben. Ich bekomme zu all der Schönheit und Ästhetik auch den Langzeitspaß all inclusive dazu. Das vergessen oder ignorieren viele, die sich für ein Produkt entscheiden, das nur seine Pflicht erfüllt und funktioniert. Ein wertiges Produkt, das mit Liebe zum Detail entwickelt wurde, fühlt sich definitiv anders an! Wir Menschen sind nun mal Gefühlswesen!

Ich bin fest überzeugt, dass es Konsumenten spüren, wenn die Planer ihre Begeisterung für das Produkt bereits in der Frühphase „eingepflanzt“ haben. Apple & Co machen es vor und faszinieren Millionen von Menschen mit ihren Produkten und Lösungen. Doch es geht nicht darum Apple über alles zu loben, doch klar ist, deren Erfolg kommt nicht von ungefähr. Er wurde den Produkten mit in die Wiege gelegt. Ein Produkt, das nur zweckmäßig ist und rein zum Geldverdienen produziert wurde, wird nicht den gleichen Erfolg haben, wie eins, das bei den Menschen einen WOW-Effekt auslöst.

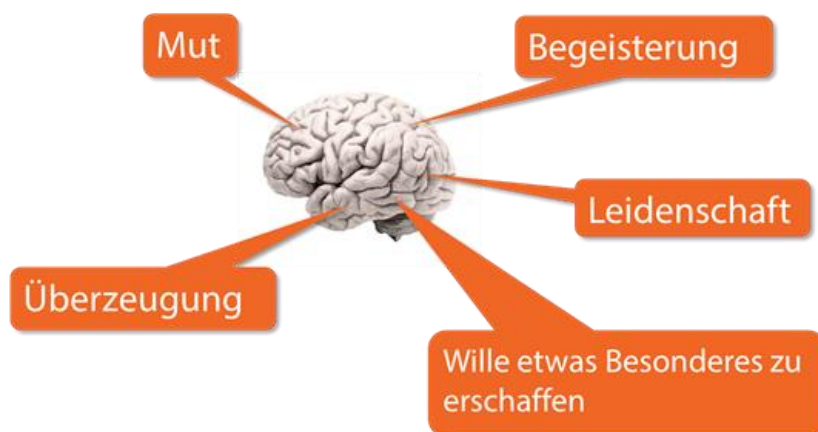
Die Geburt einer Produktidee

Beginnen wir einmal die Betrachtung in der Frühphase einer Produktidee. Es ist für sich schon ein Wunder aus dem Nichts „Etwas“ zu erschaffen. Ich selbst bin immer wieder aufs Neue fasziniert, wie aus einer nicht materiellen Idee ein materielles Produkt entsteht. Die ersten Skizzen hauchen der Idee den ersten Funken Leben ein und bereits hier kommt ein entscheidender Moment, der das ganze restliche Leben des Produktes prägt. Es ist der Wille ein gutes Produkt zu erschaffen, die Lust etwas Besonderes zu gebären und in die Welt zu bringen. In der Geburtsstunde wird schon über Erfolg oder Misserfolg entschieden und ob es ein WOW-Produkt wird oder eben nicht.

Oft habe ich von Managern gehört, dass man auf dies oder jenes verzichten könne und das Wort „Einsparung“ war bereits gefallen, bevor das Produkt einen gewissen Reifegrad erreicht hatte. Es waren Entscheidungen zu Beginn mit fatalen Folgen, wie sich hinterher immer herausstellte.

Dem „Ideen-Keimling“ Kraft geben

Aber was braucht es ganz am Anfang, wenn wir gerade mal einen „Ideen-Keimling“ haben?



Produktplanung ist mehr als nur ein technischer Planungsakt, der von normierten Prozessschritten begleitet wird. Ein neues Produkt zum Leben zu erwecken, beginnt mit Lust und Spaß etwas Außergewöhnliches zu erschaffen. Mut und Überzeugung sind ebenfalls Väter des Gelingens. Die Schwingung, die es zum Erfolg trägt, heißt Begeisterung. Es ist wie die elektrische Spannung, die es braucht, damit der Strom fließen kann.

designer of life begleitet Unternehmen auf dem Weg neue, interessante WOW-Produkte zu entwerfen, Ideen für die Zukunft zu kreieren sowie Konzepte und Lösungen zu entwerfen, die die Konsumenten begeistern. designer of life unterstützt Sie auch auf dem Weg der Vermarktung, um Ihre neuen Produkte oder Dienstleistungen erfolgreich im Markt zu platzieren.

Mehr Infos unter: www.designer-of-life.de

Ihre Nachricht an mich: info@designer-of-life.de

Wenn Sie Ideen, Anregungen oder Wünsche zu Newsletter-Themen haben, so lassen Sie es mich wissen. Ich würde mich sehr freuen, wenn Sie den Newsletter an Freunde und Bekannte weiterleiten, die davon profitieren können.

Mit kreativen Grüßen

Markus Sauter