

# CONCEPT-WRITING WORKSHOP

## Die Kunst des Konzept-Schreibens

Im systematischen Innovationsprozess ist die Phase nach der Ideenentwicklung ein entscheidender Schritt: Um das Potenzial neuer Produktideen voll auszuschöpfen, gilt es, sie zuerst in überzeugende, verständliche und glaubwürdige Konzepte zu übersetzen. Dies ist eine unabdingbare Voraussetzung für eine verlässliche Evaluation durch Konsument:innen.

Werden die aus Insights generierten und auf Ideen basierenden Konzepte allerdings nicht aussagekräftig formuliert, besteht die Gefahr, dass aussichtsreiche Konzepte mit Marktpotenzial zu früh im Innovationsprozess verworfen werden.

Entfesseln Sie das volle Potenzial Ihrer Ideen und etablieren Sie als Team eine systematische und erfolgreiche Vorgehensweise zum Schreiben von Konzepten. In unserem fünfstündigem Concept-Writing-Workshop lernen Sie, Konzepte zu erstellen, die wirklich glänzen.

Machen Sie sich in Ihrem Unternehmen zum souveränen Übersetzer von Insights und Ideen in testfähige Konzepte.

Sie möchten sich schon einmal etwas tiefer in die Thematik einlesen, dann lesen Sie unseren [Blogbeitrag](#) zum Thema.

**ERFOLG IST PLANBAR**  
Mit der Innovationsforschung  
von EARSandEYES.



Zeitbedarf: 5 Stunden  
Teilnehmer: 6-20 Personen  
Kosten: Euro 5.750 zzgl. MwSt (gilt für einen Remote-Workshop)

### 01

#### CONSUMER INSIGHT: VERSETZEN SIE SICH IN DIE LAGE IHRER ZIELGRUPPE!

Der zentrale Aspekt beim Consumer Insight ist, dass sich der Leser mit der beschriebenen Situation identifizieren kann. Der Insight ist idealerweise aus früheren Studien, zum Beispiel der Insight Generation, bekannt. Wurde jedoch erst später in den Innovationsprozess eingestiegen, muss der Insight zur Konzepterstellung formuliert werden.

### 02

#### UNIQUENESS IS KEY: WAS MACHT SIE UND IHR PRODUKT EINZIGARTIG?

Der Pool an Wettbewerbern ist groß. Was ist Ihr persönlicher USP? Wie hebt sich das eigene Produkt-Neukonzept von anderen ab – auch wenn die Art von Produkt schon existiert?

Diese Frage ist grundlegend wichtig, um den Benefit des Produktkonzepts treffsicher wiederzugeben. Es gilt den einen, besonderen Vorteil, den das Produkt verspricht, konsumentengerecht herauszustellen, ohne dabei zu marketing-/werbelastig oder ungenau zu werden.

### 03

#### WARUM SOLL MAN IHNEN GLAUBEN? ERKLÄREN SIE SICH THEMENFREMDEN!

Glaubwürdigkeit erhält Ihr Konzept durch die Reasons to Believe. Sie beantworten die Frage „Warum sollte ich das glauben, was mir im Benefit versprochen wird?“ und erklären somit die Funktionsweise des Produkts.



EARSandEYES GmbH  
Haus am Fleet, Steinhöft 5-7 | 20459 Hamburg  
Tel: +49 40 822240 0  
[info@earsandeyes.com](mailto:info@earsandeyes.com)  
[www.earsandeyes.com](http://www.earsandeyes.com)

#### WE LET YOU SHINE

Wir ermöglichen Ihnen strategisch erfolgreiche Entwicklungen und Entscheidungen durch innovative und zielgerichtete Lösungen für alle Marktforschungsfragen. Glänzen Sie mit Forschungserkenntnissen und Empfehlungen, die Sie und Andere in Ihrem Unternehmen unmittelbar nutzen können. Um dieses Leistungsversprechen zu erfüllen, stellen wir Ihnen Fragen, hören Ihnen zu und entwickeln Ihr maßgeschneidertes Untersuchungsdesign. Im Ergebnis erhalten Sie nicht nur Zahlen und Daten, sondern vielmehr Lösungen, die Sie und Ihr Team in Ihrer Entscheidungsfindung wirklich weiterbringen.