Forum für Führungskräfte

Wir bringen Weiterbildung auf den Punkt. Punkt.

Erfolgreiches Produktmanagement

Den Produkt-Lebenszyklus professionell meistern

Inklusive grundlegender Analyse Techniken

2-Tage Intensiv-Seminar

- So steuern Sie Ihren Einfluss als Produktmanager/-in
- Aufgaben, Verantwortungen und Kompetenzen im Produktmanagement
- Durch klare Schnittstellen die Zusammenarbeit verbessern
- Methoden der Zielgruppenbestimmung und Positionierung
- Marketingpläne erstellen und konsequent umsetzen
- Neue Produkte erfolgreich am Markt einführen

Seminarziel

Der Produktlebenszyklus verkürzt sich weiter. Bestehende Produkte werden laufend durch Innovationen abgelöst. Somit verkürzt sich auch die Zeit, in der sich die Produkte in der Gewinnzone befinden und zum Erfolg des Unternehmens beitragen können. Auf der anderen Seite steigt der Aufwand für Marketing und Entwicklung. Diesen schwierigen Anforderungen muss der/die Produktmanager/-in gewachsen sein! In diesem Grundlagenseminar erfahren Sie, was das Produktmanagement für den Unternehmenserfolg leisten kann und wie Sie als Produktmanager/-in Ihre wichtige Aufgabe noch erfolgreicher durchführen können. Dieses Seminar ist für Neueinsteiger im Produktmanagement geeignet, aber auch für diese, die sich Ihrer Rolle im Produktmanagement noch mehr bewusst werden möchten, trotz langjähriger Erfahrung. Praktische Werkzeuge und Methoden werden erläutert.

Ihr Experte

Bernhard Frese

Experte für Produktmanagement, langjährige internationale Erfahrung als Führungskraft in Marketing und Vertrieb, erfolgreicher Berater, Referent und Trainer.

Zielgruppen

- Produktmanager/-innen
- Brandmanager/-innen
- Geschäftsführung Marketing und Vertrieb
- Leitung Produktmanagement
- Leitung Brandmanagement
- Personen, die die Einführung des Produktmanagements im Unternehmen mitgestalten
- Mitarbeitende aus den Bereichen:
  - Marketing
  - Vertrieb
  - Produktentwicklung
  - F&E
- Sowie alle, die in die Aufgaben des Produktmanagements hineinwachsen wollen

1. Tag 9.00 - 17.00 Uhr

Das Produktmanagement als Erfolgsmotor in einer modernen Organisation

- Grundsätzliche Voraussetzungen für ein erfolgreiches Produktmanagement
- Definition von Produktmanagement und Kommunikation im Unternehmen
- Organisatorische Eingliederung
- Ursachen für das Scheitern des Produktmanagements

Anforderungen an den/die Produktmanager/-in

- Persönliche Eigenschaften
- Die Hauptaufgaben des Produktmanagers (Praxis)
- Die Tagesgeschäft-Falle und wie Sie ihr entkommen können
- Wie Sie im Produktmanagement erfolgreich und anerkannt werden

Schnittstellen und Zusammenarbeit im Produktmanagement

- Methoden zur klaren Definition von Schnittstellen
- Was im Produktmanagement erwartet wird
- Was der/die Produktmanager/-in von anderen Funktionsbereichen und von der Unternehmensführung erwarten kann

Der/die Produktmanager/-in als Moderator/-in an den Schnittstellen

- Geeignete Moderationstechniken für Produktmanager/-innen
- Die richtige Technik zur Erreichung der eigenen Ziele einsetzen

Umfassendes Marktwissen – Basis eines erfolgreichen Produktmanagements

- Schnelle Beschaffung exakter Informationen
- Informationsquellen und Recherchen
- Marktforschungsmethoden: Befragung, Beobachtung, Tests

Unentbehrliche Techniken zur Analyse und Darstellung wichtiger Informationen

- Wissen als entscheidender Wettbewerbsfaktor
- Umweltanalysen
- Wettbewerbsanalyse / Benchmarking
- SWOT-Analyse
- Portfolio-Analyse
- Die Lebenszyklusanalyse als Aufgabe im Produktmanagement

2. Tag 9.00 - 17.00 Uhr

Die Grundlagen einer Marketing- und Produktstrategie

- Positionierung von Produkten und Leistungen
- Unternehmens- und Marketingziele
- Ziele des Produktmanagements
- Gemeinsame Ziele klar formulieren
- Ziele abgleichen und im Unternehmen kommunizieren

Von der Kundenproblemanalyse zum innovativen Produkt

- Systematische Gewinnung von Produktideen
- Schrittweise Analyse und Bewertung von Kundenproblemen und Produktideen
- Die Rolle des Produktmanagements im Innovationsprozess

Vom undefinierten Markt zur konkreten Zielgruppe

- Definition und Segmentierung des Marktes
- Auswahl definierter Zielgruppen
- Personenkreis der Zielgruppe identifizieren und festlegen

Steigerung des Absatz- und Gewinnpotenzials

- Der Einfluss des Produktmanagements auf den Marketing-Mix
- Definition von Produkten und Dienstleistungen
- Entwicklung von Alleinstellungsmerkmalen
- Kundennutzen überzeugend formulieren
- Die Ermittlung des Preis-Leistungs-Verhältnisses
- Die Erstellung überzeugender Verkaufsunterlagen
- Wie Sie Agenturen und externe Partner richtig briefen
- Nutzung moderner Medien im Kundendialog
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Einsatz von Produktmarketing- und Businessplänen

- Struktur und Umfang
- Erstellung von Marketingkonzepten
- Präsentation von Konzepten und Produktideen
- Die Einführung neuer Produkte in den Markt

Produktcontrolling

- Die Zusammenarbeit mit dem Unternehmens-Controlling
- Controlling des Produktlebenszyklus
- Wichtige Kennzahlen der Marketing- und Vertriebssteuerung

ANMELDUNG

Teilnahmegebühr

€ 1.395,– zzgl. MwSt.

10 % Rabatt jeden weiteren Teilnehmer

Sie können sich per E-Mail oder über unsere Website anmelden:

E-Mail: anmeldung@fff-online.com

Web: www.fff-online.com

Gerne beantworten wir Ihre Fragen rund um unsere Seminare, Workshops und Lehrgänge persönlich:

Info-Telefon: 0611 - 2 36 00 30

Erfolgreiches Produktmanagement
Seminar-Code: 23MV-PD

TID31251

MEHR INFORMATIONEN UND TERMINE

Geben Sie auf www.fff-online.com im Suchfeld bitte folgenden Webinfo-Code ein: **MV-PD**