

## **Inhalte zum Produktmanagement-Seminar**

### Einführung

#### **Warum Produktmanagement?**

- Grundfunktionen im markt-/kundenorientierten Unternehmen

**Übung 1:** - *Beschreibung grundlegender Unternehmensfunktionen im Zusammenhang.*

- *Wie ist der Aufbau seit der Gründung verlaufen?*
- *Welche Funktionen kommen bei zielgerichteter Produktentwicklung zu kurz?*

- Die Notwendigkeit von Querschnittsfunktionen zur Steuerung funktionsübergreifender Prozesse
- Ziele und Zwecke von Management und Managementkonzepten
- Vom Kundenbedürfnis und dessen Veränderungen zum erfolgreichen Produkt (Die Produktauslösungs-/entwicklungs- und -vermarktungs- Kette)
- Die modernen Wertschöpfungsfunktionen / Wettbewerbsfunktionen (Konzepte von Ansoff und Porter)
- Der Produktbegriff

**Übung 2:** - *Welche unserer Leistungen, Leistungsbündel behandeln wir als Produkt?*

- *Was erwarten wir von einem Produkt?*
- *Wie soll in Zukunft unsere Produktdefinition aussehen?*

- Das Produktmanagement-Konzept
- Kontextorientierung, z.B. Software-Produktmanagement

#### **Organisatorische Zusammenhänge / Unterschiede**

- Produktmanagement und Projektmanagement
- Akquise, Angebotserstellung und Produktmanagement
- Business Development und Produktmanagement
- Technologiemanagement und Produktmanagement
- Innovationsmanagement und Produktmanagement
- Entwicklung und Produktmanagement
- Marketing und Produktmanagement
- Vertrieb und Produktmanagement

#### **Die Funktionen des Produktmanagers**

- Aufgaben- und Verantwortungsbereiche des Produktmanagers
- Entscheidungen im Produktmanagement
- Praxis-Ansprüche an das Verhalten des Produktmanagers
- Verhaltenskompetenzen
- Weisungsbefugnisse
- Erfolgsfaktoren und Kennzahlen
- Der Unterschied zum Projektmanager /-leiter
- Organisatorische Ein-/Anbindung des Produktmanagers
- An welchen Routinesitzungen nimmt der Produktmanager teil?
- Das Netzwerk des Produktmanagers
- Das funktionsübergreifende Arbeitsteam

- Die Unterstützung durch Stakeholder und Geschäftsleitung

### **Ausgewählte Werkzeuge /Instrumente des Produktmanagements -Standards**

- Erfolgreiche Produktdefinition und Marketing-Konzeption
- Value-Innovation-Konzept
- Der Produktentstehungsprozess (PEP)
- Der Produktlebenszyklus
- Das Diffusionskonzept
- Marktsegmente und Kundenarten
- USP und Produktpositionierung

**Übung 3:** - *Wie sieht die Unique selling Proposition (Das einzigartige Versprechen) bei unseren Produkten aus?*  
 - *Wie sehen das unsere Kunden?*

- Bedarfsanalyse
- Wettbewerbs- und Konkurrenzanalyse
- Unternehmensspezifisches Absatzpotenzial
- Wachstums- und Wettbewerbsstrategiekonzeptionen
- Der Businessplan für das neue Produkt
- Produktsteuerung und Produktcontrolling
- Das S-Kurvenkonzept zur Technologie- und Produktsteuerung
- Road Mapping
- Portfolio-Management

### **Organisationsentwicklung**

#### **Übung 4: Das Produktmanagementkonzept für unser (z.B. IT)-Unternehmen**

- *Klärung der Notwendigkeit*
- *Beschreibung von Aufgabenbereichen, Verantwortung und Schnittstellen*
- *Was muss bis zur Einführung des Konzeptes erarbeitet werden?*
- *Wer kommt als Bewerber um die Produktmanagerstelle in Frage?*

**Aktionsplanung:** Wer (mit wem) übernimmt welche Tätigkeiten zur Vorbereitung der Einführung?

Abschlußbesprechung