

Erfolgreiches Produktmanagement

ZfU International Business School



27.03.2025 bis 28.03.2025 (Online-Durchführung)
25.09.2025 bis 26.09.2025 (Online-Durchführung)

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 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 bewusstwerden möchten, trotz langjähriger Erfahrung. Praktische Werkzeuge und Methoden werden erläutert.

CHF 1'500.00

[Mehr Informationen und Anmeldung](#)

Zusätzliche Infos zur Veranstaltung

Zertifikat/Bestätigung

Teilnahmebestätigung

Referenten



Bernhard Frese

Veranstalter

[ZfU International Business School](#)

Telefon bei Fragen

044 586 86 37

Beschreibung

Themenschwerpunkte

Tag 1

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/der Produktmanagers/in (Praxis)
- Die Tagesgeschäft-Fälle 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

Tag 2

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

Nutzen

Profitieren Sie von grundlegenden Analyse Techniken und schaffen Sie eine nachhaltige Basis für Ihre Rolle als Produktmanager. Sie erhalten einen allumfassenden Überblick zu den Aufgaben, die Sie als wichtige Schnittstelle im Unternehmen zu leisten haben.

Zielgruppe

- 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

Seminarzeiten

1. Tag: 09:00 - 17:00 Uhr
2. Tag: 09:00 - 17:00 Uhr

Dieses Online-Seminar wird mit unserer Schwesterfirma, dem Forum für Führungskräfte aus Wiesbaden DE, durchgeführt.

Mehr Informationen und Anmeldung