



Erfolgreiches Produktmanagement

Professionelles Marketing und betriebswirtschaftliche Methoden und Instrumente für die Entwicklung und Vermarktung erfolgreicher Produkte und Dienstleistungen nutzen.

Mit System zum Erfolg

Produktmanagement in einer digitalen Welt bedeutet die konsequente Ausrichtung von Mehrwertangeboten (Produkte, Dienstleistungen, Software) am Kundenbedarf. Hier spielen neben dem sachlichen Nutzen vor allem emotionale Gründe eine Rolle für den Erfolg. Dabei fängt Ihre Arbeit als Produktmanager bei der Markt- und Kundenanalyse an. Auf Basis Ihrer Produkt-, bzw. Servicestrategie entwickeln Sie segmentspezifische Ausprägungen des Marketing-Mix und geben mit dem Marketingplan als Ergebnis konkrete Vorgaben für die nationale und internationale Vermarktung.

Als Produktmanager arbeiten Sie mit vielen unterschiedlichen Abteilungen und Partnern im Ökosystem Ihres Unternehmens zusammen. Sie müssen sicherstellen, dass die von der Strategie vorgegebenen Leitlinien in der Ausgestaltung des Angebotes und der Kommunikation umgesetzt werden und dass die Kundenorientierung in allen Aspekten im Fokus steht.

Ihr Nutzen & Inhalte

Aufbauend auf Ihrem Expertenwissen werden Sie in der Lage sein, am Kundenwunsch orientierte Angebote zu entwickeln und zu vermarkten. Sie erfahren, wie Sie die Prozesse im Produktmanagement über fachliche und persönliche Kompetenz steuern können. Dadurch leisten Sie einen aktiven und entscheidenden Beitrag zur Verkürzung der „Time-to-Market“. Sie erhalten einen „Methoden-Baukasten“ für eine professionelle Arbeit im Produktmanagement, mit dem Sie Ihre Arbeitsabläufe optimieren können. Viele Tipps und Hinweise für die aktive und unternehmensspezifische Umsetzung garantieren den direkten Bezug zu Ihrem Arbeitsalltag.

Inhalte

- Die service-dominante Geschäftslogik als branchenübergreifender Denkansatz und Grundlage zum Aufbau von Wettbewerbsvorteilen
- Selbstverständnis, Aufgaben und Ausprägungen des Produktmanagements
- Reifegrade im Produktmanagement
- Markt-, Kunden und Wettbewerbsanalyse
- Systematische Produkt- und Serviceinnovation
- Design Thinking und Service Business Model Canvas als Innovationsmethoden
- Markteinführung und Life Cycle Management
- Management der (digitalen) Customer Journey
- Zusammenarbeit in agilen, crossfunktionalen Projektteams im Rahmen von Innovation und Vermarktung
- Die 9 P's des erweiterten Marketing-Mix
- Innovative Bezahlmodelle
- Produkt- und Marketingkonzepte erfolgreich um- und durchsetzen
- Service Exzellenz als Voraussetzung für Kundenbegeisterung und ökonomischen Erfolg
- Finanzielle und nicht finanzielle Kennzahlen zur Erfolgsmessung der Marketingaktivitäten
- Marketing-Controlling

Methoden

- Impulsreferate
- Plenumsdiskussionen
- Gruppenübungen
- Anwendung der Methoden und Instrumente an Fallbeispielen
- Toolbox mit bewährten Templates
- Roadmap für die Entwicklung und Pflege von Produkten/Dienstleistungen
- Praxistipps
- Branchenübergreifender Erfahrungsaustausch
- Direktes Trainer-Feedback
- Arbeit an eigenen Projekten

Dauer
2 Tage

Beginn/Ende
Jeweils 09:00 – 17:00 Uhr

Zielgruppe
Produktmanager/Junior-Produktmanager, Marketingleiter, Mitarbeiter aus den Unternehmensbereichen Marketing, Vertrieb und Service – branchenübergreifend

Unsere Leistungen
Kleine Gruppen
Seminarteilnahme und -unterlagen
Pausengetränke
Mittagessen
Teilnahmebescheinigung

Ihre Investition
€ 2.360,- zzgl. MwSt.

Unterbringung
Gerne stellen wir Ihnen eine Auswahl verschiedener Hotels zur Verfügung.

Inhouse
Alle Seminare und Lehrgänge bieten wir ebenfalls als firmeninterne Programme und in weiteren Sprachen an.

Information & Anmeldung
ISS International Business School of Service Management
Leinpfad 1
22301 Hamburg

Fon: +49 40 536 991-55
contact@iss-hamburg.de
www.iss-hamburg.de

Stand: 07.03.24