



# 3-tägiger Kurs Produktmanagement und Produktmarketing für technologiebasierte Produkte

### Kommt Ihnen das bekannt vor?

„Ich möchte meinen neuen Mitarbeitern eine solide Grundlage aller Aspekte des Produktmanagement und Produktmarketing liefern und ihnen einen reibungslosen Start ermöglichen“

„Ich möchte die bewährten Methoden kennenlernen und wissen wie wir dastehen, ohne dafür den Arbeitsplatz wechseln zu müssen“

„Ich möchte, dass mein Team eine gemeinsame Sprache spricht und dass meine Leute sich persönlich für den Erfolg ihrer Produkte verantwortlich fühlen“



## Dreitägiger Intensivkurs für technologiebasierte Produkte

### Einführung

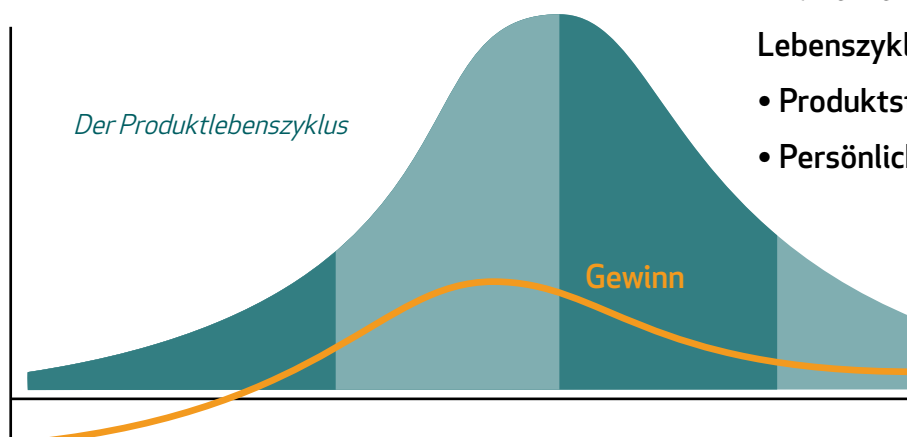
Produktmanagement ist für jedes Unternehmen wichtig, das Produkte verkauft. Richtig ausgeführt liefert es strategische Einblicke, optimiert die Ressourcen und verbessert die Unternehmensgewinne.

Unserer Erfahrung nach wird das Potenzial von Produktmanagement und Produktmarketing oft nicht voll ausgeschöpft, weil die Produktmanager über zu wenig Erfahrung und Ausbildung verfügen. Mit unseren Schulungen wollen wir dieses Problem beheben, indem wir uns auf das konzentrieren, was beim Produktmanagement wirklich zählt.

Der Kurs vermittelt bewährte Methoden, Theorie und praktische Techniken und Erklärungen, was wie gemacht wird. Die Teilnehmer erhalten detaillierte Checklisten, Vorlagen und Kursnotizen als Unterstützung für ihren Arbeitsalltag. Dieser Kurs vermittelt Fertigkeiten und Wissen, das normalerweise in jahrelanger Praxis erworben wird. Er deckt sowohl den B2B- als auch den B2C-Bereich ab.

### Der Kurs ist in neun Module eingeteilt:

- Die Rollen Produktmanagement und Produktmarketing
- Marktanalyse
- Kundenversprechen entwickeln
- Business Cases
- Preisgestaltung
- Produktentwicklung und Anforderungen (Agile/Scrum und Wasserfall/Meilenstein-Modell)
- Einführung und Management im Lebenszyklus
- Produktstrategie
- Persönliche Effektivität



# Produktmanagement und Produktmarketing

## Die Kursmodule im Detail

### Modul 1: Die Rollen Produktmanagement und Produktmarketing

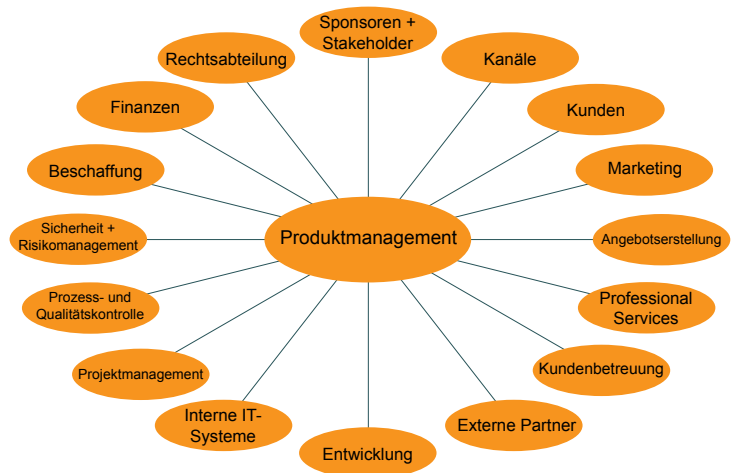
Dieses Modul beschreibt die wesentlichen Aspekte der Rollen, unter anderem warum Unternehmen Produkte haben, die Produktlebenszyklen, die vollständigen Produktaktivitäten und Berührungspunkte innerhalb der Organisation.

**Ziel** dieses Moduls ist die Klärung des Kontexts von Produktmanagement und Produktmarketing, damit die Teilnehmer den vollen Umfang ihrer Rolle, ihre Aufgabe und deren Kontext in ihrer aktuellen Arbeit verstehen.

### Modul 2: Marktanalyse

Dieses Modul untersucht die wichtigsten Aspekte der Marktanalyse, wie beispielsweise die Methoden für das Erlangen von Markteinblicken, die richtige Herangehensweise bei der Marktsegmentierung und verschiedene Betrachtungsweisen der Kunden und Wettbewerber.

**Ziel** dieses Moduls ist die Vermittlung einer soliden Grundlage in Marktrecherche und -analyse sowie die Bereitstellung von Werkzeugen und bewährten Methoden, wie man die kritischen Einblicke zur Verbesserung der Produkte gewinnt.



### Modul 3: Kundenversprechen entwickeln

Zu den Hauptaufgaben von Produktmanagement und Produktmarketing zählt die Ausarbeitung des Kundenversprechens. In diesem Modul lernen die Teilnehmer, wie sie attraktive Angebote erstellen, die ihr Produkt wirkungsvoll im Markt positionieren.

**Ziel** dieses Moduls ist die Vermittlung von Ideen, Werkzeugen und bewährten Methoden, mit denen die Teilnehmer erfolgreich Angebote ausarbeiten können.



### Modul 4: Business Cases

Dieses Modul behandelt Ziel und Zweck sowie Aufbau eines Business Cases und einer Wirtschaftlichkeitsrechnung sowie wichtige Finanzkonzepte. Der Schwerpunkt liegt darauf, was wichtig ist, und warum.

In diesem Modul erfahren die Teilnehmer, wie sie erfolgreich einen Business Case erstellen, sie lernen wichtige Bereiche wie das Management der Interessengruppen oder die Sensitivitätsanalyse kennen und wie sie häufige Fehler vermeiden.

### Modul 5: Preisgestaltung

Dieses Modul beschreibt die wichtigsten Aspekte der Preisgestaltung: die Festlegung des Preisniveaus, die Psychologie der Preise und die Vor- und Nachteile der verschiedenen Preisstrategien.

**In diesem Modul** lernen die Teilnehmer, wie sie die Preise ihrer Produkte effizient gestalten.

**Fortsetzung auf der Rückseite**

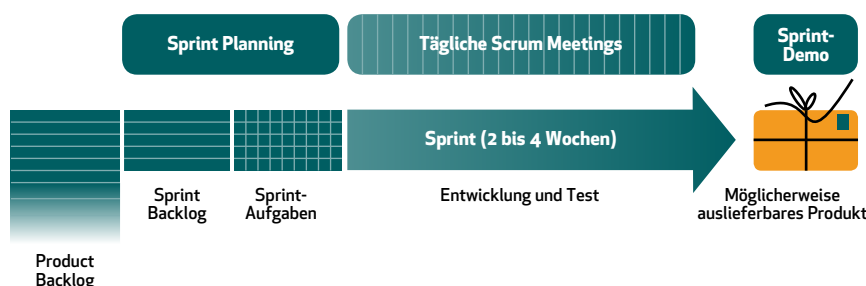
# Produktmanagement und Produktmarketing

## Fortsetzung Kursmodule

### Modul 6: Produktentwicklung und Anforderungen

Dieses Modul beschreibt die verschiedenen Produktentwicklungsstrategien, einschließlich des Umgangs mit Anforderungen und effektiven Entwicklungsarbeit.

In diesem Modul lernen die Teilnehmer die verschiedenen Entwicklungskonzepte wie Agile/Scrum und Wasserfall-/Meilenstein-Modell kennen und erhalten die nötigen Einblicke, um effektiver Produkte liefern zu können.



### Modul 7: Einführung und Management im Lebenszyklus

In diesem Modul lernen die Teilnehmer, wie sie umfassende Markteintrittspläne erstellen. Sie untersuchen typische Probleme bei der Einführung und im Verlauf des Lebenszyklus wie die Festlegung des Einführungstermins, die Verwaltung des Launch-Projekts und Roadmaps.

In diesem Modul lernen die Teilnehmer, wie sie Technologieprodukte erfolgreich einführen, vermarkten und ihren Lebenszyklus verwalten.

### Modul 8: Produktstrategie

Dieses Modul behandelt die wichtigsten Produkt- und Marketing-Themen bei der Entwicklung einer Produktstrategie. Eingegangen wird auf Ideen wie Produktlebenszyklen, das Portfolio, Positionierung, die Überwindung der Kluft, das Dilemma der Innovatoren und die Blauer-Ozean-Strategie.

Ziel dieses Moduls ist es, die Teilnehmer mit verschiedenen Ideen, Werkzeugen und bewährten Methoden bekannt zu machen, mit denen sie ihre Produktstrategie entwickeln und vermitteln können.

### Modul 9: Persönliche Effektivität

Dieses Modul behandelt Ideen, mit denen Produktmanager und Vermarkter im Arbeitsalltag effizienter werden. Dabei wird unter anderem die Jahresumfrage von Product Focus zum Produktmanagement analysiert.

In diesem Modul erhalten die Teilnehmer die Gelegenheit, ihre Erfahrungen einzuschätzen und bewährte Methoden auszutauschen, außerdem erhalten sie persönliche Tipps und Ratschläge für effizienteres Arbeiten.

Eingetragene Adresse

Sheridan House

Penwood Heights

Penwood

Newbury, Berkshire

RG20 9EP, VK



# Produktmanagement und Produktmarketing

## Häufige Fragen

### Wer sollte teilnehmen?

Der Kurs Produktmanagement und Produktmarketing ist für Personen jedes Kenntnisstands vorgesehen, die umfassende Grundlageninformationen zu Produktmanagement und Produktmarketing wünschen.

### Welches Format hat der Kurs?

Der Kurs dauert 3 Tage und umfasst 9 Module. Der Lernstoff wird anhand von Branchenbeispielen vermittelt und durch interaktive Übungen aufgelockert. Gruppenübungen und Diskussionen sorgen für rege Beteiligung und Abwechslung.

Es handelt sich um einen Intensivkurs, dessen Schwerpunkte auf den Bereichen liegt, die unserer Erfahrung nach am meisten bewirken. Dies minimiert die Abwesenheitsdauer vom Büro und vermeidet verminderten Lernerfolg durch Müdigkeit und arbeitsbedingte Ablenkungen, die bei langen Schulungslehrgängen häufig dazwischenkommen.

### Von wem wird der Kurs geleitet?

Die Kurse werden von erfahrenen Produktmanagement- und Produktmarketing-Fachleuten geleitet, die in der Branche arbeiten und Einblick in die aktuelle Realität von Produktmanagement und Produktmarketing in heutigen Top-Unternehmen geben können.

Die begrenzte Teilnehmerzahl garantiert die aktive Beteiligung jedes Teilnehmers und durchgehend hohe Konzentration, was die Schulung ebenso unterhaltsam wie wirkungsvoll macht.

### Wer sind die anderen Teilnehmer?

Andere Mitarbeiter von Unternehmen aus der Technologiebranche – Kollegen zum Erfahrungsaustausch.

### Was kostet der Kurs?

Die Preise für unsere öffentlichen Kurse entnehmen Sie unserer Website [www.productfocus.com/de](http://www.productfocus.com/de). Wenn Sie ein Angebot für einen privaten Kurs erhalten möchten, kontaktieren Sie uns bitte per E-Mail an [kontakt@productfocus.com](mailto:kontakt@productfocus.com).




### Was ist in der Kursgebühr enthalten?

Die Kursgebühr deckt das gesamte Kursmaterial sowie täglich ein Mittagessen und Erfrischungsgetränke ab. Alle Teilnehmer, die alle drei Kurstage absolviert haben, können im Anschluss eine Prüfung für die Product Focus Product Management Zertifizierung ablegen. Außerdem erhalten die Teilnehmer einen umfassenden Satz von Schulungsnotizen in gebundener Form, einen Satz Werkzeuge für bewährte Praktiken in Dateiform sowie einen kompletten Satz unserer Produktmanagement Journale.

### Wo findet der Kurs statt?

Unsere öffentlichen Kurse finden in verschiedenen Städten Europas statt. Privatkurse können vor Ort an jedem geeigneten Standort abgehalten werden.

Weitere Informationen erhalten Sie telefonisch unter

 **0800-5888365\***

\*Nur aus Deutschland

oder per E-Mail an

 **[kontakt@productfocus.com](mailto:kontakt@productfocus.com)**

## Richtig gemacht

„Produktmanagement ist für jedes Unternehmen wichtig, das Produkte verkauft. Richtig ausgeführt liefert es strategische Einblicke, optimiert die Ressourcen und verbessert die Unternehmensgewinne.“

