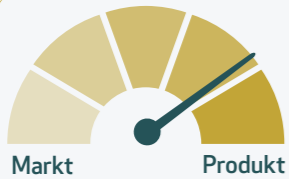


# ORGANISATION

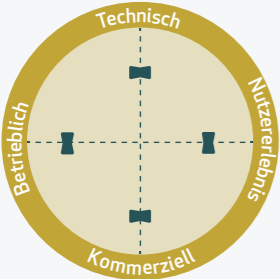
## ZWECK

### Sachkenntnis



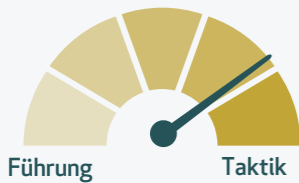
Die meisten Produktmanager werden mit der Zeit Experten für ihr Produkt, aber das Unternehmen möchte auch, dass sie entscheiden, was auf die Roadmap soll. Dafür müssen sie aber ihre Kunden, Wettbewerber und den Markt genau kennen.

### Unvoreingenommenheit



Das Produktmanagement muss sich einen umfassenden Überblick über sämtliche Produkaspekte verschaffen. So kann es unvoreingenommene Entscheidungen für das Unternehmen treffen und Empfehlungen aussprechen. Es geht nicht darum, Experte für alle Details zu sein, sondern die beste „Helikopteransicht“ des Produkts zu haben.

### Rolle



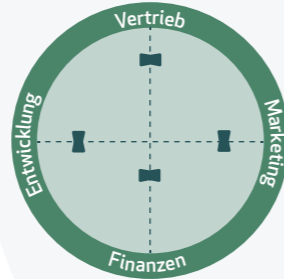
Die meisten Produktmanager konzentrieren sich zu sehr auf die Taktik. Sie bekämpfen Brände und reagieren, anstatt strategisch, längerfristig und proaktiv zu handeln. Wir sind der Meinung, die Rolle sollte im Unternehmen eine bestimmende Aufgabe haben. Sie sollte das Produkt vorantreiben und die Firmenstrategie unterstützen. Mit einem Fuß in der Gegenwart und mit einem in der Zukunft.

### Geschäftsmodell



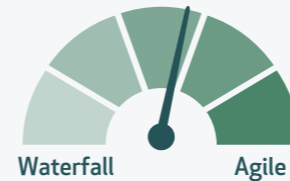
Viele B2B-Unternehmen denken zu sehr von Projekt zu Projekt. Sie liefern Kundenprojekte nach Maß und keine wiederverwendbaren Produkte. Diese Individuallösungen sind in Erstellung und Unterhalt teurer als Standardprodukte. Sie können keine Skaleneffekte nutzen, kein geistiges Eigentum schaffen und verzichten auf die aus einer Produktstrategie resultierende Profitabilität. Deshalb sollte eine Lösung möglichst „zum Produkt gemacht“ werden. Ziel ist „einmal bauen, oft verkaufen“.

### Einflüsse



Die Arbeit des Produktmanagements wird stark von der allgemeinen Kultur im Unternehmen beeinflusst. In einem am Vertrieb orientierten Unternehmen wird möglicherweise die Roadmap der Produktmanager immer durch die letzten Kundengespräche bestimmt. Gibt im Unternehmen die Entwicklung den Ton an, werden vor allem die Entwickler unterstützt. Dies ist sogar noch ausgeprägter, wenn das Produktmanagement einer dieser Funktionen unterstellt ist.

### Entwicklungskonzept



Das Entwicklungskonzept eines Unternehmens hat erhebliche Auswirkungen auf das Produktmanagement. Ob Agile, Wasserfall oder eine Hybridversion aus beidem – das Produktmanagement kann sich in einem „Kampf der Kulturen“ wiederfinden. Ist der Produktmanager gleichzeitig ein Product Owner in Scrum, bleibt ihm oft nur wenig Zeit für seine übrigen Aufgaben.

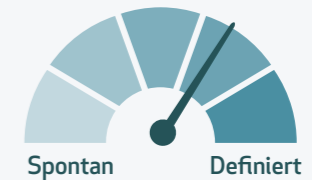
### Verteilung der Produktaktivitäten



Produktaktivitäten werden meist auf mehrere Abteilungen eines Unternehmens aufgeteilt. Problematisch wird es, wenn die Verantwortung nicht klar ist oder bei Lücken oder Überschneidungen. Hier haben die meisten Unternehmen Probleme. Wir empfehlen, dies anhand unseres Produktaktivitätsrahmens genauer zu durchdenken.

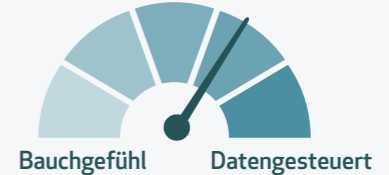
## ARBEITSWEISE

### Tools und Abläufe



Viele Produktmanager treffen ihre Entscheidungen spontan, aber viel effizienter ist es, wenn alle dieselben Tools und Prozesse nutzen. Mit definierten Verfahren verstehen alle Beteiligten, was geschieht, die Arbeit kann wiederverwendet und weiter verbessert werden. Noch besser ist es, wenn dies die bewährten Praktiken der Branche sind.

### Entscheidungsfindung



Viele Unternehmen haben ein miserables Produkt-Reporting und schlechte Marktkennntnis. Also treffen sie Entscheidungen oft aus dem Bauch heraus anstatt aufgrund einer Analyse der vorhandenen Daten. Das Sammeln der Daten ist aufwändig, aber notwendig, um Entscheidungen rechtfertigen zu können und nicht leichtfertig zu verwerfen.



## Produktmanagement-Dashboard

Jede Anzeige im Dashboard steht für ein zentrales Problem, das den Erfolg des Produktmanagers und der Produktmanagementfunktion mindern kann.

Nutzen Sie es, um die Abläufe im Produktmanagement in Ihrem Unternehmen zu diskutieren

## Erstklassiges Produktmanagement **product**

**Journale | Fortbildung | Assessments**  
**Unterstützung für Führungskräfte**

0800-5888365\* | kontakt@productfocus.com

www.productfocus.com

\*Nur aus Deutschland

**focus**