Produktmanagement Grundlagen (2 Tage)

Auf der Grundlage des SGO Produktmanagement Modells durchlaufen Sie an diesem Produktmanagement-Grundlagenseminar **praxisnah und handlungsorientiert** die relevanten Aufgabenbereiche des Produktmanagements. Sie identifizieren und beurteilen strategische Erfolgspositionen und -potenziale und leiten Konsequenzen für **Ihre eigene Produktpalette** ab. Sie lernen darüber hinaus, wie Sie Kundenanforderungen erheben und klassifizieren. Sie kennen die Grundlagen und Voraussetzungen projektorientierter Produktentwicklung und wissen, wie Sie **Produkte richtig positionieren und am Markt platzieren**. Nützliche Techniken und Hilfsmittel zur erfolgreichen Vermarktung und Steuerung von Produkten, die Sie an diesem Seminar erhalten, helfen Ihnen dabei.

Nächste Durchführungen

22.04. bis 23.04.2027 in Glattbrugg
04.10. bis 05.10.2027 in Glattbrugg

Beschreibung

Im Produktmanagement werden rund um die Entwicklung und Vermarktung von Produkten und Produktportfolios alle Entscheidungen getroffen und Massnahmen ergriffen. Hinter diesen Prozessen stehen Produktmanager, die als Treiber, Koordinatoren und Realisierer den gesamten Produkt-Lebenszyklus begleiten und verantworten.

Als Produktmanager reicht fachliches Know how betreffend tecchnische Merkmale und Spezifikationen von Produkten nicht aus. Produktmanager benötigen darüber hinaus **unternehmerische Kompetenzen**, denn als Unternehmer im Unternehmen müssen Produktmanager die gesamte Bandbreite unternehmens- und produktpolitischer Entscheidungen beurteilen und herbeiführen können.

Das Aufgabenspektrum des Produktmanagers umfasst neben der Beantwortung strategischer Fragestellungen insbesondere die methodisch, projektorientierte Entwicklung sowie die kontinuierliche **Steuerung und Vermarktung** von Produkten und Produktportfolios.

Inhalte dieses Grundlagen-Seminars zum Produktmanagement

Produktmanagement: Überblick und Voraussetzungen

- Produktmanager und Produktmanagement: Anforderungen an die Rolle, organisatorische Verankerung
- Produktmanagement-Prozesse, Product Lifecycle Management (PLM)
- Produktmanagement-Modell

Strategisches Produktmanagement

Details

Bestätigung/Zertifikat
Teilnahmebestätigung

Typ
Seminar **2 Tage**

Veranstalter
SGO Business School

Inbegriffen
Dokumentation

Zielgruppe
Produktmanager

Veranstaltungsort
SGO Business School, Flughofstrasse 50, 8152 Glattbrugg (Lageplan/Routenplaner)

Preis
CHF 1'400.00

- Identifikation von Erfolgspositionen und -potenzialen
- Schritte der Strategieentwicklung
- Markt-, Wettbewerbs- und Kompetenzanalyse

Der Kunde im Fokus

- Kunden und Anspruchsgruppen
- Markt- und Kundensegmentierung
- Abdeckungsstrategien
- Basis-, Leistungs-, Begeisterungsfaktoren: Stimme des Kunden / Voice of Customer

Produktgestaltung und Produktpositionierung

- Produkte entwickeln und verbessern
- Wertanalyse / Wertgestaltung
- Elemente der Positionierung: Zielgruppe, Bedürfnisse, Differenzierung
- Marketing-Mix
- Businessplan als Ergebnistyp und Entscheidungsgrundlage
- Marketing- und Vertriebsinstrumente in der Markteinführung: Produkt-Fact-Book, operatives Marketingkonzept, Kampagnenmanagement

Produkte steuern und pflegen

- Produktparameter und -kennzahlen, Produktmanagement Cockpit
- Operatives Produktlebenszyklus-Management (PLM): Verteidigung von Marktanteilen, Service-Mix; Produktanpassungen / Relaunch

Produktmanagement intern vermarkten

- Imagepflege und Identitätsförderung
- Im Dialog mit internen Kunden: Kommunikationsinstrumente und Konfliktlösung

Zielgruppe

- Angehende und praktisch tätige Produktmanager

Anmeldung

Melden Sie sich jetzt schnell und einfach an auf:https://www.seminar-portal.ch/produktmanagement-grundlagen-2-tage.html