

Produktmanagement

Inhouse-Trainings –und Workshopangebot

■ Kompetenzfelder für Produktmanager

Da Produktmanager **keine Weisungsbefugnis** gegenüber anderen Abteilungen haben, ist die Anforderung an ihre Fähigkeiten sehr hoch. Sie brauchen sowohl eine hohe fachliche Kompetenz als auch eine stabile und durchsetzungsstarke Persönlichkeit.

Folgende Kompetenzfelder lassen sich für einen Produktmanager aus dieser Aufgabenstellung ableiten:



Gerne führe ich für Sie **Inhouse-Trainings und Workshops** durch, die spezifisch auf Ihr Unternehmen, Ihre Produkte und Mitarbeiter zugeschnitten sind. Nach Ende des Trainings fühlen sich Ihre PMs sicherer in ihrer Rolle, beherrschen die notwendigen Methoden und Tools und sind gestärkt in ihrer PM-Persönlichkeit als „Unternehmer im Unternehmen“.

■ Überblick über meine Inhouse-Trainings / Workshops

Folgende Trainings-Formate sind aus meiner langjährigen Erfahrung zur Weiterentwicklung einer PM-Organisation sehr zielführend. Diese werden individuell an Ihre Anforderungen und Gegebenheiten in Ihrem Unternehmen nach Absprache mit Ihnen angepasst:

Management-Workshop:

- Stellschrauben für die Einführung und Weiterentwicklung Ihrer PM-Organisation (1 Tag)

Grundlagenkurse:

- Grundlagen-Kompaktkurs Produktmanagement (2 x 2 Tage)

Fachliche-Aufbaukurse / Kompakttage / Workshops

- Produkte erfolgreich am Markt einführen - **Product Launch** (2 Tage)
- **Service-Produktmanagement:** Rolle, Aufgaben, Tools und Erfolgsfaktoren (2 Tage)
- **Product-Value-Canvas** entwickeln (1 Tag)
- **Business-Modell-Canvas** entwickeln (1 Tag)
- **Produkt-Marketing-Plan** entwickeln (1 Tag)
- **Workshop:** Erarbeitung von **konkreten Produkt-Strategien** für Ihre wichtigsten Produkte (2 Tage)
- **Fallstudie:** Einüben der Erstellung eines Business-Plans incl. Moderation des Planungsprozesses, Präsentation vor der GL (2 Tage)

Soft-Skill-Aufbaukurse / Kompakttage / Workshops

- Professionell **Kommunizieren** in meiner Rolle als PM (2 Tage)
- Professionell **Moderieren** und **Präsentieren** in typischen PM-Situationen (2 Tage)
- So kann ich mich in meinen PM-Alltag stärken– **Resilienztraining** (1,5 Tage)
- **Interkulturelle Kompetenz** für Produktmanager (1 Tag)
- **Workshop:** Unsere **Identität als PM-Team** (2 Tage)

■ Management-Workshop

1 Tages Workshop: Stellhebel für die Einführung und Weiterentwicklung Ihrer PM-Organisation

- **Teilnehmer:** Geschäftsführung, Management-Kreis, Leiter-Produktmanagement, Produktmanager, die einen ersten Überblick über die Rollen und Aufgaben und den Mehrwert einer PM-Organisation erhalten wollen.
- **Ziel:** Klärung der Erfolgsfaktoren und der nächsten Schritte zur Einführung oder Weiterentwicklung der Produktmanagement-Organisation
- **Inhalte:** Das Funktionsprinzip einer Produktmanagement-Organisation, Organisationsmöglichkeiten für das Produktmanagement, Ziele, Aufgaben und Kompetenzen eines Produktmanagers, Erfolgsfaktoren für die Einführung von Produktmanagement im Unternehmen, Überblick über die verschiedenen Rollen eines Produktmanagers und die dazugehörigen Tools wie Lastenhefte, Business-Cases, Produkt-Marketing-Pläne etc.

■ Grundlagentraining

2 x 2 Tage Grundlagen-Kompaktkurs Produktmanagement

- **Teilnehmer:** Leiter-Produktmanagement, Produktmanager
- **Ziel:** Kompaktes Training bei der **Einführung einer Produktmanagement-Organisation** oder als **Auffrischkurs** zur Angleichung unterschiedlichen PM-Wissens im Unternehmen.
- **Inhalte:** Erarbeitung eines gemeinsamen Verständnis für die Rolle und Aufgaben des Produktmanagements im Unternehmen, Stärkung der täglichen Arbeit der Produktmanager durch pragmatische Tools (Marktpotenzialbestimmung, Zielgruppenbefragungen, Value-Proposition-Canvas, Persona-Erarbeitung, Business-Cases, Lastenhefte, Markteinführungsprozess, Schulung des Vertriebs, etc.), Abgrenzung zu den Aufgaben der anderen Fachabteilungen, Ansatzpunkte, um aus der Kümmererrolle herauszukommen.

■ Fachliche Aufbaukurse / Kompakttage / Workshops

2 Tage Aufbaukurs: Produkte erfolgreich am Markt einführen:

- **Teilnehmer:** Leiter-Produktmanagement, Produktmanager, ggf. Teilnehmer aus Schnittstellenfunktionen (Vertrieb, Marketing)
- **Ziel:** Gemeinsames Verständnis für die Rolle und Aufgaben des Produktmanagements im Markteinführungsprozess, Kenntnis der Erfolgsfaktoren eines Product Launch, Motivation des Vertriebs als erster interner Kunde, erste Schritte zur Verbesserung des Markteinführungsprozesses im Unternehmen
- **Inhalte:** Der Neuproduktentstehungsprozess, Die Erstellung eines Markteinführungskonzeptes, Marketing-Mix für die Markteinführung (Begleitende Serviceleistungen für die Markteinführung, Preis- und Konditionenpolitik festlegen, Den Vertrieb als internen Kunden begeistern, Schulungen / Präsentationen für den Vertrieb / Handelspartner – eLearning, Product Launch Package für den Vertrieb bereitstellen, Wissensaufbau im Markt)

2 Tage Service-Produktmanagement: Rolle, Aufgaben, Tools und Erfolgsfaktoren (in Kooperation mit Peter Schönle, Servicetrainer)

- **Teilnehmer:** Leiter Service, Leiter Service-Produktmanagement, Service-Produktmanager, ggf. Produktmanager des Primärproduktes
- **Ziel:** Kenntnis der Rolle und Erfolgsfaktoren für die Arbeit des Service-Produktmanagements im Unternehmen, Lichtung des Service-Dschungels im Unternehmen und Aufbau eines klar strukturierten, marktorientierten Service-Portfolios, Klärung der Zusammenarbeit mit dem Produktmanagements des Primärproduktes, Vermittlung von grundlegenden Produktmanagement-Fähigkeiten und Tools
- **Inhalte:** Rolle und Aufgaben eines Service-Produktmanagements, Der Service-Zyklus, von der Service-Wüste zum Service-Garten - Beschreibung vorhandener Service-Produkte, Erarbeitung eines definierten und übersichtlichen Service-Portfolios mit Hilfe der Portfolio-Methode, Entwicklung neuer Service-Produkte (Markt- und Zielgruppenanalyse, Business-Case Erarbeitung, Lastenhefterstellung, Einführung von neue Services am Markt und Motivation des Vertriebs, Erarbeitung von Vermarktungskonzepten für Service-Produkte

1 Tägiger-Kompakttag: Product-Value-Canvas entwickeln

- **Teilnehmer:** Leiter-Produktmanagement, Produktmanager
- **Ziel:** Einüben der Erstellung eines Product-Value-Canvas (Erarbeitung von Kundennutzen auf Grundlage von Zielgruppenanalysen)
- **Inhalte:** Marktsegmentierung, Zielgruppenanalysen, Persona-Entwicklung, Nutzenkategorien (Grundnutzen, Zusatznutzen, limbischer Nutzen), Übertragung auf einen Product-Value-Canvas anhand eines eigenen Beispiels

1 Tägiger-Kompakttag Business-Modell-Canvas entwickeln

- **Teilnehmer:** Leiter-Produktmanagement, Produktmanager
- **Ziel:** Einüben der Erstellung eines Business-Modell-Canvas (Erarbeitung eines Business-Modells)
- **Inhalte:** Marktsegmentierung, Zielgruppenanalysen, Wettbewerbsanalyse, Marktpotenzialbestimmung, SWOT-Analyse, Marketing-Mix für die Vermarktung) Übertragung auf ein Business-Modell-Canvas anhand eines eigenen Beispiels

1 Tägiger-Kompakttag Produkt-Marketing-Plan entwickeln

- **Teilnehmer:** Leiter-Produktmanagement, Produktmanager
- **Ziel:** Einüben der Vorgehensweise zur Erarbeitung eines Produkt-Marketing-Plans
- **Inhalte:** Erarbeitung eines Produkt-Marketing-Plans anhand eines eigenen praktischen Beispiels

2-Tägiger Workshop: Multiperspektivische Erarbeitung von konkreten Produkt-Strategien für Ihre wichtigsten Produkte

- **Teilnehmer:** Leiter-Produktmanagement, Produktmanager, Mitarbeiter aus Vertrieb, Entwicklung, Marketing, Service
- **Ziel:** Erarbeitung von Produkt-Strategien für Ihre wichtigsten Produkte, die die Sichtweisen der wichtigsten Fachabteilungen beinhaltet,
- **Inhalte:** Aufbauend auf im Vorfeld erarbeiteten Marktanalysen werden im Workshop gemeinsam mit allen Beteiligten die Ausgangssituation im Markt bestimmt und daraus konkrete Strategien und Maßnahmen für die Zukunft abgeleitet.

2-Tägige Fallstudie: Erstellung eines Business-Plans

- **Teilnehmer:** Leiter-Produktmanagement, Produktmanager
- **Ziel:** Praktisches Einüben des gesamten Planungsprozesses zur Erstellung eines Business-Plans anhand eines realen Falls;
- **Inhalte: Durchführung einer Marktanalyse:** Bestimmung des Marktforschungsbedarfs, Auswertung von Marktforschungsdaten, Erstellung einer Präsentation zur Darstellung der Ausgangssituation im Markt incl. SWOT-Analyse, Erarbeitung von alternativen Produkt-Strategien incl. Maßnahmenmix, Präsentation der Ergebnisse, Moderation des Planungsprozesses

■ Sozial-Kompetenz Aufbaukurse / Kompakttage

Professionell Kommunizieren in meiner Rolle als PM (2 Tage):

- **Teilnehmer:** Produktmanager, auch erweiterter Personenkreis
- **Ziel:** Stärkung der Rolle des Produktmanagers in seiner Funktion als Kommunikator, Erlernen der Grundlagen der professionellen Kommunikation im Rahmen der typischen Aufgaben im Produktmanagement,
- **Inhalte:** Grundlagen der Kommunikation, Systemisches Modell der Kommunikation, Wahrnehmung – Interpretation, Erkenntnisse der Gehirnforschung, Bedeutung und Einsatz der Körpersprache, Aktiv und empathisch zuhören, Fragetechnik, Perspektivwechsel üben, Konfliktstile, Konfliktlösungsstrategien, De- Eskalationsmethoden
Einüben des Erlernten anhand typischer Kommunikationssituationen eines Produktmanagers

Professionell Moderieren und Präsentieren in typischen PM-Situationen (2 Tage):

- **Teilnehmer:** Produktmanager, auch erweiterter Personenkreis
- **Ziel:** Stärkung der Rolle des Produktmanagers in seiner Funktion als Präsentators, Erlernen der Grundlagen der professionellen Moderation und Präsentation für PM-Workshops und Präsentationen vor dem Vertrieb und Kunden
- **Inhalte:** Aufbau und Struktur einer Präsentation, Umgang mit Medien wie Beamer, Flipchart etc., Einsatz der Körpersprache, Lampenfieber, Umgang mit Fragen und kritischen Einwänden, Moderation von Fragestellungen in Meetings und Workshops
Einüben des Erlernten anhand typischer PM-Präsentationen und Moderationsaufgaben.

Natürliche Autorität und Präsenz in Gesprächen und Präsentationen 2 Tage

- **Teilnehmer:** Produktmanager, auch erweiterter Personenkreis, Mitarbeiter, die laterale Führen z.B. in Projekten
- **Ziel:** Stärkung der **natürlichen Autorität** und Präsenz der Produktmanager für ihre Arbeit in der Matrixorganisation ohne entsprechende Weisungsbefugnis
- **Inhalte:** Sach- und Beziehungsebene in der Zusammenarbeit; Körpersprache (Gestik, Mimik, Körperhaltung, Stimme, Blickkontakt, Bewegung im Raum etc.) als wichtiges Element der eigenen Präsenz, Verständnis für die eigene Körpersprache und die Körpersprache des Gegenübers, Einüben von Körpersprache für ausgewählte Kommunikationssituationen:
 - **Konfliktgespräche** (Wie entschärfe ich eine Konfliktgespräch nonverbal? Wie kann ich mich in Konfliktgesprächen selber durch die Veränderung meiner Körpersprache beruhigen?)
 - **Präsentationen / Meetings** (Worauf sollte ich bei Präsentationen und Meetings körpersprachlich und nonverbal achten?)
 - **Kundengespräche** (Wie gestalte ich Kontakt und Beziehung über meine Körpersprache? Wie kann ich die Körpersprache meines Gesprächspartners deuten?)
 - **Interkulturelle Aspekte** der Körpersprache (Was ist anders in anderen Kulturen? Wo könnten Missverständnisse entstehen?)

So kann ich mich in meinen PM-Alltag stärken - Resilienztraining 1.5 Tage

- **Teilnehmer:** Produktmanager, auch erweiterter Personenkreis
- **Ziel:** Bewusstsein über die eigene Widerstandsfähigkeit in herausfordernden Situationen gewinnen; die eigene Widerstandsfähigkeit stärken durch konkrete Übungen und Selbstreflexionen,
- **Inhalte:** Grundlagen der Resilienz, Warum ist Resilienz so wichtig auf für meine Arbeit?, die 7 Resilienzfaktoren, Stress - wie er im Körper und im Gehirn wirkt, Bewusstsein über Stressoren, Umgang mit Stress, Individueller Resilienzplan zur Stärkung der eigenen Resilienz für meinen PM-Alltag entwickeln

1 Tägiger-Kompakttag Interkulturelle Kompetenz für Produktmanager:

- **Teilnehmer:** Produktmanager, auch erweiterter Personenkreis
- **Ziel:** Sensibilisierung für Unterschiede in den **kulturellen Rahmenbedingungen** der unterschiedlichen internationalen Märkte, Kenntnis der Erfolgsfaktoren in der Zusammenarbeit mit lokalen internationalen Geschäftspartnern (intern und extern), Stärkung der interkulturellen Handlungskompetenz, Bewusstsein über interkulturelle Einflussfaktoren auf die Entwicklung von Länder-Strategien für das eigene Produktportfolio
- **Inhalte:** Kulturstandards, die die Zusammenarbeit prägen, Interkulturelle Handlungskompetenz (Wahrnehmung, Perspektivwechsel, Ambiguitätstoleranz, Empathie, Frustrationstoleranz), Auswirkungen unterschiedlicher Kulturstandards auf die Zusammenarbeit, Erfolgsfaktoren in der interkulturellen Zusammenarbeit, Einfluss von Kulturstandards auf Produkt-Strategien und Vermarktungskonzepte