

Checkliste:

Wie können Sie die Effizienzreserven im Produktmanagement heben?

Damit das Produktmanagement im Unternehmen wirksamer wird, gibt es zwei Ansatzpunkte: das, was Sie als **Produktmanager selber** tun können, und das, was die **Leitung des Produktmanagements** tun kann.

Das kann ich als Produktmanager tun:

- **Lösen Sie sich beim Wechsel ins Produktmanagement konsequent** von Ihren bisherigen Aufgaben - Produktmanager ist ein Fulltime-Job.
- Werden Sie sich über Ihre eigene Position klar: **Was bedeutet es für mich, 'Manager' zu sein?**
- Verbessern Sie **Ihre Kenntnisse über Ihre wichtigen Nahtstellenfunktionen**. Was brauchen diese 'internen Kunden' von Ihnen, um optimal für Sie tätig werden zu können?
- **Stärken Sie gezielt Ihr Marktwissen**. Werden Sie zum besten Kenner Ihres Produktmarktes, dessen Analysen und Konzepte 'auf dem Punkt' sind. Damit das auch wirklich so ist,
 - nutzen Sie aktiv **Gelegenheiten um eigenes Markt- und Anwendungswissen** zu gewinnen. Vertiefen Sie Ihre Produkt-Markt-Kernkompetenz. Sie bringen einen neuen Fokus ins Unternehmen ein – den Überblick über Ihren Produkt-Markt.
 - Dazu ist es unabdingbar, dass Sie immer wieder das **Ohr am Markt** haben. Stimmen Sie sich mit dem Vertrieb ab und besuchen Sie gemeinsam Kunden auch im Ausland.
 - Teilen Sie sich Ihre Arbeitszeit so ein, dass Sie 3-4 Tage im Monat im Kontakt mit Kunden sind, auf Messen, bei Experten. Ihre Rolle ist dabei aktive Marktforschung – und nicht Vertriebsunterstützung.
 - Nutzen Sie die Gelegenheiten, Ihr Wissen über die Märkte im Unternehmen aktiv zu kommunizieren. Suchen Sie Plattformen, an denen Sie Ergebnisse präsentieren können (z.B. Vertriebstagungen).
- Bauen Sie ein **Netzwerk** im Unternehmen auf.
- Nutzen Sie **professionelle Arbeitstechniken** und Tools wie Ideenbewertungsraster, Business-Cases, Lastenhefte, Produkteinführungspläne etc. Arbeiten Sie systematisch und strategisch.

- Schaffen Sie sich **persönliche Nachdenkzeiten** im Alltag. Nehmen Sie sich systematisch Zeit für strategische Überlegungen zu Ihren Produkten und Märkten. Daran werden Sie später gemessen.
- Schaffen Sie sich **Freiräume für die Arbeit an Innovationen**. Der PM als 'Innovator' kann für das Unternehmen mehr leisten als ein Produktverwalter.

... und hier kann ich als Führungskraft unterstützen:

- Zehn Führungskräfte vertreten neun verschiedene Auffassungen von Produktmanagement! - Machen Sie **den Nutzen Ihrer PM-Organisation im Haus bekannt**. Dies schafft oder festigt eine positive Einstellung zum Produktmanagement als Grundlage einer funktionierenden abteilungsübergreifenden Zusammenarbeit.
- Überprüfen Sie, ob die **zentralen Prozesse** wie Produktentwicklung und – einführungsprozess klar geregelt sind und schaffen Sie auf der Führungsebene ein gemeinsames Verständnis über gegenseitige Schnittstellen, Erwartungen und den Nutzen, den das PM in diese Prozesse einbringt.
- Nutzen Sie Ihre Produktmanager für die **strategische Ausrichtung** Ihres Unternehmens. Lassen Sie sie ihre Produktmärkte mittelfristig strategisch planen. Dies entlastet die Führung und verbessert die Motivation der PM für eine engagierte Umsetzung der Pläne. Entwickeln Sie Ihre PMs zu Manager anstatt zu Abwicklern.
- Bei der Auswahl neuer Produktmanager sollte neben der Produktkompetenz daher verstärkt auf die **Persönlichkeit** geachtet werden, denn bei der Durchsetzung lebt der PM von seiner 'informalen Autorität'.
- Lassen Sie Ihre Produktmanager **unternehmerisch wirken**. Führen Sie sie über **Zielvereinbarungen** und **Budgets** und vertrauen Sie auf deren Selbstverantwortung.
- Stärken Sie Ihren Produktmanagern im Managementboard den Rücken. Bieten Sie Sie Ihren PMs – wann immer möglich – **Plattformen**, damit diese ihre Marktwissen und ihre Entscheidungsvorlagen **persönlich** vortragen können. Das stärkt die Akzeptanz im Unternehmen.
- Die Motivation neuer Produktmanager ist hoch, aber sie hält nicht ewig. Überlegen Sie, wie Sie Ihre Mitarbeiter längerfristig für diese Aufgabe begeistern können.