



Produktmanager-Kompaktkurs

Exklusiver Intensiv-Kurs (2 x 2 Tage)



Mit Produktmanagement zum Markterfolg

Ein Großteil der Unternehmen mit umfangreichen Produkt-Portfolios setzt heute auf Produktmanagement. Der PM als »Unternehmer für sein Produkt« ist dabei der Motor für den Produkterfolg.

Als Kenner seines Marktes und seiner Zielgruppen ermittelt das Produktmanagement die Anforderungen für verbesserte und neue Produkte. Es analysiert die vorhandenen Marktpotenziale seiner Produkte und erstellt Marketingpläne, die aufzeigen, wie diese Potenziale ausgeschöpft werden sollen.

Ein gut funktionierendes Produktmanagement erfordert neben einer Anpassung der Aufbau- und Ablauforganisation auch ein hohes Qualifikationsniveau der Produktmanager. Zusätzlich zu den vorhandenen, technischen Produktkenntnissen vermittelt das Kompakttraining profundes Wissen aus den Bereichen Marketing und Betriebswirtschaft.

Lernziel/ Nutzen dieses PM-Kompaktkurses

Dieser Produktmanager-Kompaktkurs soll dazu beitragen, die Leistungs- und Durchsetzungsfähigkeit des PMs zu steigern.

Durch diesen Kurs werden die Teilnehmer ...

- Klarheit über ihre PM-Rolle, über ihre Aufgaben und Verantwortungen erlangen,
- sich ihrer unternehmerischen Rolle bewusst werden und ihren persönlichen Arbeitsstil in dieser Richtung weiter entwickeln,
- Anregungen zur Verbesserung des PM-Systems im eigenen Unternehmen bekommen,
- die Marketing-Instrumente kennenlernen,
- das Erarbeiten von Markt- und Wettbewerbsanalysen verstehen,
- wissen, wie sie ihren eigenen Business Plan erstellen können,
- lernen, sich in der Organisation besser durchzusetzen.

Gruppengröße

Dieser exklusive Produktmanager-Kompaktkurs wird ab 3 bis max. 6 Teilnehmer durchgeführt.

Zielgruppe

Mit dem PM-Kompaktkurs wenden wir uns an PMs und solche, die diese Funktion übernehmen wollen, an Senior-, Junior-PM, PM-Assistenten, Neu-PM und Führungskräfte, die eine PM-Organisation führen oder aufbauen.

Die Inhalte richten sich an Mitarbeiter mit technischer Ausbildung und für die der Original-Lehrgang zu viel Zeit in Anspruch nimmt. Spezielles Marketing-Wissen wird nicht vorausgesetzt.

Inhalte

- Das Funktionsprinzip einer Produktmanagement-Organisation
 - Organisationsmöglichkeiten für das Produktmanagement
 - Ziele, Aufgaben und Kompetenzen eines Produktmanagers
- Erster Schritt in die neue Rolle als Produktmanager
 - Überblick über das eigene Portfolio – Portfoliomanagement
 - Überblick über die Situation am Markt – Marktanalyse incl. Zielgruppen und Wettbewerbsanalyse
 - Interpretation der Ausgangssituation: SWOT-Analyse
- Der Produktmanager als Lebenszyklusmanager seiner Produkte
 - Mit der Idee geht es los - Der Produktentstehungsprozess
 - Der erfolgreiche Product Launch
 - Der richtige Marketing-Mix über den Lebenszyklus
 - Die Product Road Map
 - Die Controllingaufgabe des Produktmanagers

Ganzheitliches Trainingskonzept:

Kombination von Training und Umsetzung

- Durch die kleine Gruppe kann der Kurs als Workshop durchgeführt werden; damit erleben die TN ausgewählte Methoden und Werkzeuge sofort in der Anwendung.
- Die Teilnehmer erhalten Anregungen aus Lösungen anderer Firmen und Branchen.
- Die Veranstaltung bietet eine ausgewogene Mischung aus Methodeninput und moderierter Teamarbeit.
- Gezielt eingebaute Reflexionsphasen erlauben den Teilnehmern, die Brücke zum eigenen Tätigkeitsbereich zu schlagen und für sich konkrete Maßnahmen abzuleiten.

Produktmanager-Kompaktkurs

Exklusiver Intensiv-Kurs (2 x 2 Tage)

Ihre Trainerin:



Ingrid M. Motyka,
Dipl. Kffr.

- Studium der Wirtschaftswissenschaften LMU München, PM im Bereich Medizintechnik, Seniorberaterin, Trainerin, Coach für Marketing Consult GmbH; Weiterbildung: Moderatoren-Ausbildung, Suggestopädie (DGSL), Interkulturelles Management, Life & System-Coach
- Schwerpunkte: Produktmanagement; Marketing- und Vertriebsseminare; Aufbau, Optimierung, Neuausrichtung von PM-Organisationen im B2B-Bereich; Kennzahlen zur Steuerung von PM-Organisationen; Fach-Coachings für PMs; Moderation von Prozess- und Schnittstellen-Workshops im Produktmanagement-Umfeld; Entwicklung von Geschäftsfeldstrategien
- Mehr als 20 Jahre Trainings- und Beratungserfahrung



Anmeldung

Hiermit melden wir folgende Person verbindlich zu den genannten Konditionen an:

Vorname und Name des Teilnehmers

Funktion des Teilnehmers im Unternehmen

Name des Unternehmens

Straße und Hausnummer

PLZ und Ort

Telefon

Email

Datum, Unterschrift und Firmenstempel

Veranstaltungsort

MC Schwabinger Meeting Location
Clemensstraße 30, 80803 München
Telefon +49 89 55297330
www.marketingconsult.de

Übernachtung

Selbstbucher

Ihre Investition

2.750 € zzgl. MwSt.
(beinhaltet umfangreiche Arbeitsmaterialien, Mittagessen, 2 x Kaffeepause, Konferenzgetränke)

Termine

Baustein 1 - 23./24. Oktober 2019
Baustein 2 - 18./19. November 2019
1. Tag 10:00 Uhr - ca. 17:00 Uhr
2. Tag 09:00 Uhr - ca. 16:00 Uhr



MARKETING Consult
für lebendiges und wirksames Management

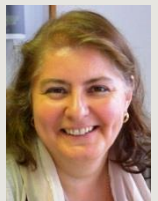
Bitte senden Sie Ihre Anfrage an:

Fax +49-89-552973-40

Email carmen.brenner@marketingconsult.de

Ihre Seminarbetreuung

Carmen Brenner
Tel +49-89-552973 30
Fax +49-89-552973 40
carmen.brenner@marketingconsult.de



Die Teilnehmergebühr beinhaltet Arbeitsmaterialien sowie Mittagessen, 2 x Kaffeepausen, Konferenzgetränke.

Die Teilnehmerzahl ist auf 6 Personen beschränkt. Wir berücksichtigen die Anmeldungen entsprechend des Eingangs. Bei Stornierung nach erfolgter Anmeldung berechnen wir 50 % der Seminargebühr, sofern Sie uns keinen Ersatzteilnehmer benennen.

Muss die Veranstaltung aus irgendwelchen Gründen ausfallen, benachrichtigen wir Sie umgehend. Kosten entstehen Ihnen dann selbstverständlich keine. Allerdings können wir Ihnen für die ausgefallene Veranstaltung auch keinerlei Aufwendungen ersetzen.

<http://www.hrs.de>

<http://www.muenchen-pension.de/verzeichnis-lage.html>