

4852 Produkt Management – Entscheidungsgrundlagen und Werkzeuge für Produktmanager

Erfolgreiche Produkte sind das Ergebnis konsequenter Planungs- und Umsetzungsprozesse. Der Erfolgsfaktor: erfolgversprechende Produkte identifizieren und mit den technischen, zeitlichen und wirtschaftlichen Einflussgrößen über den gesamten Lebensweg der Produkte in Einklang bringen. Erfolgreiches Produkt Management hilft hierbei, Produkte zur rechten Zeit, mit der gewünschten Qualität und dem veranschlagten Budget zu entwickeln und einzuführen.

Teilnehmerkreis:

Produkt- und Marketingmanager, Marketingleiter und -assistenten, Junior-Produktmanager, Produktmanagement-Assistenten, Führungskräfte, die die Einführung des Produktmanagement mitgestalten und Führungskräfte mit wesentlichen Schnittstellen zum Produktmanagement, Marketing und Vertrieb.

Termin:

27.10. – 28.10.2008 Düsseldorf

Zeitplan:

1. Tag: 10.00 Uhr – 18.00 Uhr
2. Tag: 09.00 Uhr – 17.00 Uhr

Tagungshotel:

Düsseldorf

NH Düsseldorf City - EZ/ÜF € 99,--

Hotel- und Anreisebeschreibung erhalten Sie zusammen mit Ihren Anmeldeunterlagen, ein Zimmerkontingent steht für Sie zur Verfügung.

Teilnahmegebühr:

€ 1.350,-- inkl. Tagungsunterlagen, Mittagessen und Erfrischungen zzgl. MwSt.

Frühbucherrabatt

Bei Anmeldungen bis zu 3 Monaten vor Seminarbeginn erhalten Sie 10 % Rabatt.

Weitere Angebote:

4852 Marketing Kompakt
4851 Strategisches Marketing
4853 Key Account Management

Inhalte:

- Klare Bestimmung der Rolle und Verantwortlichkeit des Produktmanagers
- Bewährte Prozessschritte und Methoden zur Entwicklung und Umsetzung einer Produktstrategie
- Rolle des Produktmanagers
- Trends und Entwicklungen im Produktmanagement
- Organisatorische Eingliederung / Schnittstellenmanagement
- Aufgaben und Stellenbeschreibung, Anforderungsprofil eines Produktmanagers
- Erfolgsfaktoren im Produktmarketing
- Marktbeobachtung und Produktbetreuung
- Produktanalysetechniken
- Produktstrategieentwicklung
- Produkterfolgsrechnung und Umsetzung
- Produktinnovation und Markteinführung

Ihr Nutzen:

- Produktmanagement verstehen und umsetzen
- Überzeugenden Kundennutzen erarbeiten und erfolgreich kommunizieren
- Effektive Produkt-Marketing-Pläne erarbeiten
- Fallstudien – aus der Praxis lernen

Methodik:

Im Seminar findet ein situationsbezogener aktivierender Methoden-Mix Anwendung: strukturierter Dialog, Moderation, Gruppendialog und Erfahrungsaustausch, Fallstudien aus Arbeitssituationen der Teilnehmer, Kurzvorträge.

Ihre Experten:

Mirko Düssel u.a. Experten der GME Schule der Manager