

4952 Produktmanagement – 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.

Termine:

11.05. – 12.05.2009 Düsseldorf
26.10. – 27.10.2009 Düsseldorf

Zeitplan:

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

Tagungshotel:

Düsseldorf

NH Hotel 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.

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:

Trainer der
GME Schule der Manager

Inhouse-Seminar

Noch individueller: Dieses Thema führen wir für Sie auch als **firmeninternes Seminar** an einem Ort Ihrer Wahl durch. Weitere Informationen siehe Seite 39 ff.

Coaching

Aus Chancen Erfolge machen: Dieses Thema können Sie auch als **Einzel-Coaching** buchen. Weitere Informationen siehe Seite 39 ff.