



Der Produktmanager

✓ Rollen ✓ Kompetenzen ✓ Aufgaben

Methoden-Toolbox für Ihren Produkterfolg

- **Steuerung entlang des Produktlebenszyklus:**
Von der Marktanalyse bis zur Markterschließung
- **Klassische vs. agile Produktentwicklungsmethoden:**
Wasserfall oder SCRUM?
- **Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen:**
Schnittstellen für reibungslose Abläufe optimieren
- **Bieten, was der Kunde wünscht:** Anforderungen und Leistungsangebote abstimmen
- **Roadmaps und Business-Pläne:** Ziele und Strategien übersichtlich darstellen
- **Den richtigen Preis ermitteln:** Die neuesten Methoden der Preisfindung
- **Chancen und Risiken im Wettbewerbsumfeld:** Angriffe abwehren und Marktposition stärken
- **Digitalisierung im Produktmanagement:** Veränderte Rollen und Aufgaben

Mit den Experten



Alfred Ressenig
RealSkills
Produktmanagement



Wolfram Nimmerrichter
Sport-Thieme GmbH



Michael Pult
Arnold Umformtechnik
GmbH & Co. KG

Exklusive Praxisberichte

- ✓ Der Strategieentwicklungsprozess bei der Arnold Umformtechnik GmbH & Co. KG
- ✓ Die Produkt- und Sortimentsstrategie bei der Sport-Thieme GmbH

Bitte wählen Sie Ihren Termin

22. und 23. August 2019 in Hamburg

26. und 27. September 2019 in Köln

21. und 22. Oktober 2019 in München

Hoher Lernerfolg durch
begrenzte Teilnehmerzahl!

30 Jahre

MANAGEMENT CIRCLE®

BILDUNG FÜR DIE BESTEN

Produktmanagement heute – Märkte erschließen und Neuprodukte platzieren



Ihr Seminarleiter

Alfred Ressenig, Gründer und Inhaber, **RealSkills Produktmanagement**, München

Empfang mit Kaffee und Tee **ab 8.45 Uhr**

9.30 Herzlich willkommen

- Begrüßung und Abstimmung der Seminarinhalte mit den Teilnehmererwartungen

9.45 Einführung in das moderne Produktmanagement

- Was ist modernes Produktmanagement?
- Warum ist modernes Produktmanagement so wichtig?
- Klassifizierung von Produktmanagern
- Organisatorische Eingliederung des Produktmanagements
- B2C-Fallbeispiel: Warum ist der Thermomix so erfolgreich?

10.30 Produkte und Märkte

- Warum Sie regelmäßig das Kano-Modell betrachten sollen
- Grundlegender wirtschaftlicher Zyklus und Bedeutung des Kunden
- Fallbeispiel: Warum floppte 3D-Fernsehen?
- Warum kauft ein Kunde mein Produkt (nicht)?
- 30 Faktoren für Kaufentscheidungen
- Methode zur Messung der Kundenzufriedenheit: Net Promoter Score

11.15 Kaffee- und Teepause

11.30 Methoden der Produktentwicklung

- Produktentwicklungsphilosophien
 - Sequentiell mit Wasserfall
 - Simultan mit agilen Methoden (z. B. SCRUM)
- Die Rolle des Produktmanagers im Wasserfallmodell und im SCRUM
- Soll ein Produktmanager auch Product Owner sein?

12.00 Rolle und Aufgaben des Produktmanagers

- Basis für die Aufgaben: Die 4 Planungsebenen bei Produkten
- Die 6 Hauptaufgaben und weitere Aufgabenblöcke
- Gruppenarbeit: Herausforderungen für Produktmanager aus Erfahrungen der Teilnehmer und Abgleich mit Erkenntnissen des Seminarleiters
- Kompetenzprofile von Produktmanagern



- Was bedeutet die Digitalisierung für Produktmanager?
- Gibt es Unterschiede zwischen dem Management von Produkten und dem Management von Dienstleistungen?

12.45 Business Lunch

14.00 Die 8 Phasen des Produktlebenszyklus

- Der lange Weg zum Break-Even
- Gruppenarbeit: Sie erarbeiten in Kleingruppen das Potenzial des Servicegeschäfts bei der Markteinführung
- Produktabkündigung: Wann ist die Zeit gekommen?



14.45 Management des Produktlebenszyklus

- Prinzip, Vorteile und Aufgaben
- Lebenszyklusmodelle
- Wie Sie die richtigen Meilensteine und Kriterien finden
- Verwalten von Meilensteinen
- Methode: Die Lebenszyklus-Analyse als mächtiges Steuerungsinstrument
- Handlungsempfehlungen für die praktische Umsetzung

15.30 Kaffee- und Teepause

15.45 Produkt- und Sortimentsstrategie im Versandhandel

- Aufnahme neuer Produkte ins Sortiment: Entscheidungskriterien und Abläufe
- Sortiments- und Preispolitik
- Der Produktlebenszyklus in der Praxis
- Chancen und Risiken rechtzeitig erkennen
- Auslisten von Produkten
- Praxistipps für ein erfolgreiches Produktmanagement



Wolfram Nimmerrichter
Produktmanager,
Sport-Thieme GmbH,
Grasleben

17.15 Zusammenfassung und Gelegenheit für Ihre noch offenen Fragen

Ende des ersten Seminartages **ca. 17.30 Uhr**, anschließend Get-together

Die richtige Produktstrategie entwickeln und erfolgreich in die Praxis umsetzen

Ihr Seminarleiter
Alfred Ressenig

9.00 Es geht weiter

- Klärung offener Fragen vom Vortag und Vorausschau auf den zweiten Seminartag

9.15 Anforderungsmanagement



- Aufgaben und spezielle Herausforderungen
- Methodik: Elementarer Entscheidungsprozess
- Wie Sie Anforderungen gut beschreiben
- Warum Use Cases so nützlich sind
- MoSCoW-Methode für das Priorisieren von Anforderungen
- Gruppenübung: Ranking von Anforderungen für den Product Backlog
- Tools für das Anforderungsmanagement

10.15 Die einzelnen Schritte der Produktplanung

- Einbettung der Produktplanung in den Lebenszyklus
- Wozu dient das Minimum Viable Product (MVP)?
- Verfahren der Preisbildung und Best Practice-Empfehlungen
- Wann sind Roadmaps sinnvoll und wie sehen sie aus?

10.45 Kaffee- und Teepause

11.00 Erfolgsfaktor Marktmanagement



- Marktanalyse in 6 Schritten
- Methode: Porters Fünf Kräfte
- Grundsätze der Marktsegmentierung
- Vermarktungsstrategien: Ansoff, 4P/7P Marketing-Mix
- Wie Sie den Wettbewerb analysieren können – Informationssystem über Wettbewerber
- Welche Angriffs- und Verteidigungsstrategien gibt es?

12.00 Produktstrategie und Businessplan – Schlüsselemente für eine erfolgreiche Produktplatzierung

- B2B-Fallbeispiel: Wie wurde Huawei so erfolgreich?
- Das Triple-A Prinzip

- Elevator Pitch
- Inhalt einer Produktstrategie
- Strategische Ziele
- Wie funktioniert die Produktpositionierung?
- Was in einen Businessplan gehört, wie er aussieht und wie Sie zu akzeptierten Zahlen kommen

13.00 Business Lunch

14.15 Produktstrategie und deren Umsetzung in der Praxis



- Internationales Produktmanagement im B2B-Umfeld einer Unternehmensgruppe
- Von der Marke zum internationalen Produktmanagement
- Strategische Maßnahmen im internationalen Produktmanagement
- Operative Maßnahmen im internationalen Produktmanagement
- Grundlagen für den internationalen Erfolg



Michael Pult
Leiter Marketing & Communications,
Arnold Umformtechnik GmbH & Co. KG,
Forchtenberg-Ernstbach

15.45 Kaffee- und Teepause, anschließend

Schriftliche Zertifikatsprüfung



Dokumentieren Sie Ihr hochwertiges Wissen: Die Themen der zwei Tage werden im Rahmen eines Multiple-Choice-Tests geprüft. Die Prüfung dauert 45 Minuten.

Innerhalb von vier Wochen erhalten Sie das Ergebnis und bei bestandener Prüfung Ihr Zertifikat **„Der zertifizierte Produktmanager“**. Die Teilnahme an der Zertifikatsprüfung ist fakultativ. Bei Nichtteilnahme erhalten Sie eine aussagekräftige Teilnahmebestätigung.

16.45 Zusammenfassung und Abschlussdiskussion

Ende des Intensiv-Seminars **ca. 17.15 Uhr**

Get-together

Ausklang des ersten Tages in informeller Runde. **Management Circle** lädt Sie zu einem kommunikativen Umtrunk ein. Entspannen Sie sich in angenehmer Atmosphäre und vertiefen Sie Ihre Gespräche mit den Referenten und den Teilnehmern!

Alfred Ressenig

war über 18 Jahre im Produktmanagement von namhaften, global agierenden Unternehmen, wie der Siemens AG und Nokia, tätig. Zuletzt in leitender Funktion bei der conject AG. Als Gründer und Inhaber der Firma **RealSkills** in München unterstützt, berät und navigiert er Unternehmen bei der Neuausrichtung des Produktmanagements.

Wolfram Nimmerrichter

ist seit 2001 als Produktmanager für die **Sport-Thieme GmbH** in Grasleben tätig und leitet dort Schulungen und Prozessoptimierungen in den Bereichen Produktmanagement und Einkauf. Nach seinem Studium der Betriebswirtschaft gründete er einen eigenen Versandhandel „movivit“, dessen Aufbau er kontinuierlich vorantrieb. Seit 2017 ist Wolfram Nimmerrichter zusätzlich freiberuflich mit dem Schwerpunkt „Sortimentsoptimierung“ als Produktmanagement-Berater tätig.

Michael Pult

ist seit 2003 Leiter Marketing & Communications der **Arnold Umformtechnik GmbH & Co. KG** in Forchtenberg. Hier ist er verantwortlich für den kompletten internationalen Auftritt des Unternehmens sowohl strategisch als auch operativ. Er hat den gesamten Marketing-Mix des Unternehmens entwickelt, geplant und eingeführt. Dabei bilden die Bereiche Corporate Identity, Corporate Design, Public Relations, Werbung, Veranstaltungen, Online Marketing, Markenpolitik, Neukundenakquise und New Business Development sowie der Aufbau strategischer Partnerschaften den Kern seiner derzeitigen Arbeit. Zuvor arbeitete er im Verkaufsdienst der Firma ebm-papst, bevor er im Jahre 2000 als Marketingreferent zur Arnold Umformtechnik wechselte.

BEACHTEN SIE AUCH UNSERE VERANSTALTUNG

Business Development Manager

3. bis 5. Juli 2019 in Köln
28. bis 30. August 2019 in Frankfurt/M.
11. bis 13. September 2019 in München

Nähere Informationen gibt Ihnen gerne **Stephan Wolf**
Tel.: +49 6196 4722-800, Fax: +49 6196 4722-888,
E-Mail: kundenservice@managementcircle.de
Web: www.managementcircle.de/07-87128

Begeisterte Teilnehmerstimmen

- ✓ „*Sehr gut. Toller Vortrag. Tolle Diskussion. Interessante Teilnehmer.*“ J. Garleff, Biesterfeld Spezialchemie GmbH
- ✓ „*Sehr interessante Basics, die ich vertiefen werde.*“ H. Rist, Ultrapolymers Deutschland GmbH
- ✓ „*Neues gelernt. Bekanntes aufgefrischt aus anderem Blickwinkel. Tools erweitert.*“ B. Öchsner, KARL STORZ SE & Co. KG
- ✓ „*Tolles Seminar. Danke!*“ B. Mors, Meier Tobler AG

AUCH ALS INHOUSE TRAINING

So individuell wie Ihre Ansprüche – Inhouse Trainings nach Maß!

Zu diesen und allen anderen Themen bieten wir auch **firmeninterne** Schulungen an. Ihre Vorteile: Kein Reiseaufwand – passgenau für Ihren Bedarf – optimales Preis-Leistungsverhältnis! Ich berate Sie gerne und erstelle Ihnen ein individuelles Angebot. Rufen Sie mich an.



Malena Palinski

Tel.: +49 6196 4722-932

malena.palinski@managementcircle.de
www.managementcircle.de/inhouse



Ihr Management Circle-Veranstaltungsticket



Entspannt ankommen – nachhaltig reisen. Die Deutsche Bahn bringt Sie in Kooperation mit Management Circle an Ihren Veranstaltungsort.

Buchen Sie bequem online und sichern Sie sich so das günstigste Bahn-Ticket. Wir bieten Ihnen automatisch eine Übersicht aller Bahn-Angebote auf Ihrer Wunschstrecke für Hin- und Rückfahrt.

Von jedem beliebigen DB-Bahnhof können Sie Ihre Reise zu günstigen Sonderkonditionen antreten.

Alle Details zum Veranstaltungsticket finden Sie hier:

www.managementcircle.de/bahn



Warum dieses Seminar wichtig für Sie ist

Erfolgreiche Produkte sind das Ergebnis konsequenter Planungs-, Entscheidungs- und Umsetzungsprozesse. Als Produktmanager sind Sie dafür verantwortlich, den Erfolg potenzieller Produkten zu identifizieren und den Produktlebenszyklus optimal zu steuern. Erwerben Sie in diesem Seminar fundierte Grundlagen und konkrete Anregungen für Ihren Produktmanagement-Prozess.

Ausgewiesene Experten geben Ihnen einen konkreten Leitfaden an die Hand und zeigen Ihnen, wie Sie den gesamten Lebenszyklus professionell planen, begleiten und gestalten. Profitieren Sie von anwendungsbezogenen Tipps und Tools für Ihre zentralen Aufgaben. Sie erhalten das entscheidende Know-how, um Ihr Produktmanagement in Zukunft noch erfolgreicher zu gestalten.

Was Sie hier lernen

In diesem Seminar eignen Sie sich die wichtigsten Grundlagen, Methoden und Werkzeuge für ein modernes Produktmanagement an.

Sie lernen die Erfolgsfaktoren und Aufgaben, bewährte Arbeitsmethoden und Arbeitstechniken sowie die wesentlichen Schritte eines modernen und erfolgreichen Produktmanagements kennen. Sie erhalten praxiserprobte Hinweise und Anregungen für die effektive Gestaltung der Produktmanagementprozesse.

Methoden-Toolbox für Ihren Produkterfolg

- ✓ Sie lernen die wichtigsten **Voraussetzungen für ein effektives und modernes Produktmanagement** kennen.
- ✓ Sie erhalten das **notwendige Know-how**, das Sie als Produktmanager benötigen.
- ✓ Sie lernen, wie Sie **Entwicklungspotenziale Ihres Produktportfolios** erkennen.
- ✓ Sie erhalten einen Überblick über die **Beschaffung von Marktinformationen**.
- ✓ Sie erlernen den Umgang mit **modernen Analyse- und Darstellungsmethoden**.
- ✓ Sie nutzen **Marketingpläne** zur zielorientierten Umsetzung aller Marktaktivitäten.
- ✓ Sie lernen **Methoden zur Strategieentwicklung und Entscheidungsfindung** kennen.

Ihre Vorteile auf einen Blick

Ausgewiesene Experten

Sie werden von anerkannten und erfahrenen Referenten aus der Beratung und Unternehmenspraxis trainiert und begleitet. Umfangreiches Wissen zu den Möglichkeiten im Produktmanagement wird direkt an Sie weitergegeben.

Hohe Praxisrelevanz

Die Seminarinhalte werden durch zahlreiche Fallbeispiele und Erfahrungsberichte aus der Praxis ergänzt. In jedem Seminar ist ausreichend Zeit für Ihre persönlichen Fragestellungen.

Intensives Networking

Nutzen Sie den branchenübergreifenden Erfahrungsaustausch mit Experten und Fachkollegen und knüpfen Sie wertvolle Kontakte. Bauen Sie so Ihr Experten-Netzwerk aus.

Umfangreiche Arbeitsunterlagen

Detaillierte Seminarunterlagen machen jedes Mitschreiben für Sie entbehrlich und werden Sie im Tagesgeschäft unterstützen.

Exklusive Praxisberichte

Erfahren Sie in zwei spannenden Praxisbeiträgen, wie eine zukunftsorientierte Produktstrategie im Versandhandel und auch im B2B-Bereich erfolgreich umgesetzt werden kann. Profitieren Sie von den exklusiven Berichten der Sport-Thieme GmbH und der Arnold Umformtechnik GmbH & Co. KG.

Zertifizierung

Die Themen der beiden Seminartage werden in einem 45-minütigen Multiple-Choice-Test geprüft. Innerhalb von vier Wochen erhalten Sie das Ergebnis und bei Bestehen Ihr Zertifikat „Der zertifizierte Produktmanager“. Die Teilnahme an der Zertifikatsprüfung ist fakultativ. Bei Nichtteilnahme erhalten Sie alternativ eine Teilnahmebestätigung.

Sie haben noch Fragen? Gerne!

Rufen Sie mich an oder schreiben Sie mir eine E-Mail.



Yvonne Hofmann

Senior Projektmanagerin
Tel.: +49 6196 4722-696

yvonne.hofmann@managementcircle.de

Der Produktmanager

■ Wen Sie auf diesem Seminar treffen

Dieser Kompaktkurs richtet sich an **Produkt- und Brandmanager** aus **Konsumgüter-, Investitionsgüter- und Dienstleistungsunternehmen**, die sich auf ihre zukünftige Tätigkeit vorbereiten oder ihr Wissen auffrischen möchten. Das Seminar ist zudem interessant für **Leiter, leitende und spezialisierte Mitarbeiter** aus **Marketing, Vertrieb, Business Development und Produktentwicklung**, die sich grundlegendes Know-how des Produktmanagements aneignen wollen. Ebenfalls angesprochen sind Berater, die sich im Rahmen ihrer Projektarbeit mit dem Produktmanagement befassen.

■ 3 gute Gründe, dieses Seminar zu besuchen

- Sie lernen die wichtigsten **Methoden und Tools** kennen, die Sie als Produktmanager benötigen.
- Sie erhalten einen Überblick über die Beschaffung von **Marktinformationen**, moderne **Analysemethoden** und neueste Methoden der **Preisfindung**.
- Sie erfahren, welche modernen Produktentwicklungsmethoden es gibt und wie Sie diese in einem **agilen Umfeld** anwenden können.

■ Termine und Veranstaltungsorte

22. und 23. August 2019 in Hamburg 08-87262

Reichshof Hamburg CURIO Collection by Hilton
Kirchenallee 34-36, 20099 Hamburg
Tel.: +49 40 370259-0, Fax: +49 40 32901219
E-Mail: info@hamburg-reichshof.com

26. und 27. September 2019 in Köln 09-87263

Hotel im Wasserturm Köln, Kaygasse 2, 50676 Köln
Tel.: +49 221 2008-140, Fax: +49 221 2008-144
E-Mail: reservation@hotel-im-wasserturm.de

21. und 22. Oktober 2019 in München 10-87264

Steigenberger Hotel München, Berliner Straße 85
80805 München, Tel.: +49 89 1590 61 0
Fax: +49 89 1590 61 712, E-Mail: muenchen@steigenberger.com

Für unsere Seminarteilnehmer steht im jeweiligen Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zum Vorzugspreis zur Verfügung. Nehmen Sie die **Reservierung bitte rechtzeitig selbst direkt im Hotel**, unter Berufung auf Management Circle, vor.

Begrenzte Teilnehmerplätze – jetzt anmelden!

Online-Anmeldung: www.managementcircle.de/08-87262

PDF zum Ausdrucken: www.managementcircle.de/form

E-Mail: anmeldung@managementcircle.de

Telefonisch: **+49 6196 4722-700**

per Post: **Management Circle AG, Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.**

Anmeldebedingungen

Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Die Teilnahmegebühr für das zweitägige Seminar beträgt inkl. Business Lunch, Erfrischungsgetränken, Get-together und der Dokumentation € 1.995,-. Sollten mehr als zwei Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir **ab dem dritten Teilnehmer 10% Preisnachlass**. Bis zu vier Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Teilnahmegebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Werbewiderspruch

Sie können der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke durch die Management Circle AG selbstverständlich jederzeit widersprechen oder eine erteilte Einwilligung widerrufen. Hierfür genügt eine kurze Nachricht an unseren Datenschutzbeauftragten per Mail an datenschutz@managementcircle.de oder per Post an Management Circle AG, Datenschutz, an die oben genannte Adresse. Weitere Informationen zum Datenschutz erhalten Sie unter www.managementcircle.de/datenschutz.

■ Über Management Circle

Als anerkannter Bildungspartner und Marktführer im deutschsprachigen Raum vermittelt Management Circle *WissensWerte* an Fach- und Führungskräfte. Mit seinen rund 200 Mitarbeitern und jährlich etwa 2000 Veranstaltungen sorgt das Unternehmen für berufliche Weiterbildung auf höchstem Niveau. Weitere Infos zur *Bildung für die Besten* erhalten Sie unter www.managementcircle.de



Reisen Sie mit der Deutschen Bahn zu attraktiven Sonderkonditionen zum Veranstaltungsort.
Infos unter: www.managementcircle.de/bahn