

WEITERBILDUNGSTIPP

DIPL. PRODUCT MANAGER/-IN (MIT EVENT MANAGEMENT)

Wie wichtig ist in Ihrem Unternehmen das Product Management? Wie arbeitet es? Wie könnte es noch wirksamer seine Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortung wahrnehmen? Wie kann es noch erfolgreicher geführt werden? Sind Sie bereits Product Manager/-in und möchten Ihre Fähigkeiten noch verbessern oder möchten Sie ins Product Management einsteigen? Dann ist die Weiterbildung zum/zur dipl. Product Manager/-in (mit Event Management) genau die richtige Wahl! Es sind noch wenige Plätze frei für den Start vom 21. Oktober 2008. Weitere Infos unter <http://www.kvz-weiterbildung.ch/semesterprogramm/ppf/bildungsangebot/207030/produktgruppe/207000/kursbeschreibung.asp>

Tipps und Tricks zu einem erfolgreichen Product Management.

- Product Manager müssen sich ständig weiterbilden, Unternehmen müssen hier Persönlichkeiten mit vielseitigen Kompetenzen einstellen

Die Basis jedes erfolgreichen Unternehmens sind die Mitarbeitenden. Product Manager müssen vielseitige Kompetenzen in den Bereichen Selbst-, Sozial-, Methoden- und Fachkompetenz aufweisen. Zumal sie viele Kontakte zu den verschiedensten Stellen innerhalb und ausserhalb des Unternehmens haben, ist die Selbst- und Sozialkompetenz ein wichtiger Bereich. Für die Betreuung der Prozesse und Projekte ist die Methodenkompetenz unabdingbar, damit alle Aufgaben effektiv ausgeführt, delegiert und kontrolliert werden. Die Fachkompetenz bietet die Basis dafür, dass sie überhaupt in dieser Funktion arbeiten können. Auch der Erfahrungsschatz ist von grosser Bedeutung: jedoch nur, wenn dieser auch kritisch reflektiert wurde.

- Erarbeiten eines Product Management-Konzeptes

Es sichert die Umsetzung und somit auch die Zielerreichung für den Product Management-Bereich. Ohne Planung entsteht ein reaktives Management: eine Verzettelung findet statt, es bindet zu grosse Ressourcen, ist sehr aufwändig und die Professionalität kann nicht mehr sichergestellt werden. Das Unternehmen wird nach aussen nicht mehr klar wahrgenommen.

- Ableitung der Product-Management-Planung von der Marketing-Strategie, Ableitung der Marketing-Strategie von der Unternehmens-Strategie

Starke Product Manager stimmen ihre Konzepte auf die Marketing- und Unternehmens-Strategie ab. Somit werden die Ziele erreicht und Ressourcen werden richtig genutzt, tiefere Kosten entstehen, der Gewinn wird verbessert.

- Regelmässige Marktbesuche durch das Product Management

Die Product Manager kennen die Möglichkeiten, Varianten, Ausprägungen, die für ihre Produkte möglich sind. Sie werden von verschiedenen Seiten mit zahlreichen Wünschen eingedeckt. Doch benötigt die Mehrzahl der Kunden wirklich diese 150 %-Variante? Bezahlen sie auch den Preis dafür? Regelmässige Marktbesuche und Gespräche mit Kunden helfen dem Product Manager, bessere Entscheidungen zu fällen.

- Sich immer wieder in die Schuhe des Kunden setzen: wie würde ich das als Kunde empfinden?

Das Product Management trifft jeden Tag zahlreiche Entscheidungen: Welche Produktausprägungen? Welche Deckelgrösse? Welche Verpackung? Welchen Verkaufspreis verrechnen wir? Welche Kosten dürfen entstehen? Sich in den Kunden hineinzusetzen ist hier absolut notwendig, um die richtigen Entscheidungen zu treffen.

- Erstellung eines Product Management-Kontroll-Cockpits

Es ist wichtig, dass der Product Manager prüft: wie erfolgreich sind unsere Massnahmen? Was haben wir erreicht? Warum haben wir unsere Ziele nicht erreicht? Was lernen wir daraus für die Zukunft? Jeder PM sollte sich sein Kontroll-Cockpit mit den wichtigsten Kontrollbereichen

erstellen. Die spannenden Erkenntnisse können dann wieder in die nächste Planung und Umsetzung einfließen.

- o Beobachtung der Mitbewerber sicherstellen: doch nicht reaktiv „kopieren“, sondern abgrenzen mit anderen Aktivitäten

Der Nachahmer ist meistens der Verlierer. Vor allem bei der Profilierungs-Strategie ist es wichtig, nicht reaktiv Aktivitäten von den Mitbewerbern zu kopieren, sondern eigene kreative Massnahmen zu planen. Trotzdem ist es wichtig, zu wissen, was die Mitbewerber machen. Aus den Fehlern der Mitbewerber kann gelernt werden oder falls die Mitbewerber den Markt effektiv bearbeiten, spornt es an.

- o Synchronisierung der Product-Management-Massnahmen mit der Verkaufskonzeption/-planung

Effektivität geht verloren, wenn die Massnahmen im Product Management nicht klar mit der Verkaufskonzeption/-planung abgestimmt sind. Die Aussendienst-Mitarbeitenden tragen viel dazu bei, dass die Massnahmen erfolgreich umgesetzt werden. Deshalb sollten die Verkaufszyklen auf die Marketing-Massnahmen zeitlich und inhaltlich abgestimmt werden. Hier liegt ein enormes Potenzial. Mit diesem Ansatz können die Ressourcen noch besser genutzt werden, so dass die Massnahmen zu einem grösseren Erfolg führen.

Dies sind nur einige Tipps und Tricks zum Thema „wie das Product Management noch effektiver geführt werden kann“.

Seminarhinweise / Termine

*Dipl. Product Manager KV ZÜRICH BUSINESS SCHOOL (mit Event Management)
Start des Lehrganges:*

Dienstag, 21. Oktober 2008

Noch heute anmelden unter <http://www.kvz-weiterbildung.ch/semesterprogramm/ppf/produktgruppe/207000/bildungsangebot/207030/clnr/171371233/kurs>

Barbara Honegger
eidg. Dipl. Verkaufsleiterin/eidg. dipl. Betriebsausbilderin/Marketingplanerin
mit eidg. Fachausweis/Beraterin, Coach in Wirtschaft, Verwaltung und
Hochschulen (SWF, FHS Luzern)



Barbara Honegger