

ZIELGRUPPE

Unternehmen der Investitionsgüterindustrie, Unternehmen, die technische oder beratungsintensive Produkte herstellen und/oder vertreiben, Software- und Dienstleistungsunternehmen. Das Training eignet sich auch für Unternehmen, die noch kein Produktmanagement eingeführt haben.

TEILNEHMER

- Produktmanager
- Leiter Produktmanagement
- Marketing-, Vertriebs- und Entwicklungsleiter
- Mitarbeiter aus Marketing, Vertrieb und F&E

LEISTUNGEN / GEBÜHREN

Die Teilnahmegebühr für alle vier Module von jeweils 2 Tagen beträgt:

3.680,- Euro
zzgl. gesetzl. MwSt.

In der Gebühr sind enthalten:

- 8 Tage Seminar
- Seminarunterlagen
- Zertifikate nach Abschluss der jeweiligen Module
- Zertifikat „Certified Product Manager MSC“ nach Abschluss des Lehrgangs
- MSC-Seminar toolboxen (Einzellizenzen zum Download)
- 8 Mittagmenüs und Konferenzgetränke

SEMINARORT / SEMINARZEITEN

NH Heidelberg
Bergheimer Str. 91
69115 Heidelberg

1. Seminartag: 9.00 bis ca. 18.00 Uhr
2. Seminartag: 8.30 Uhr bis 15.00 Uhr

Bitte nehmen Sie Ihre Zimmerreservierung selbst vor.
Weitere Infos dazu finden Sie auf unserer Website:
peterkairies.de/cpm

KONTAKT / INFORMATION

MSC Management Seminar Center GmbH
Kurpfalzstr. 114
D-74889 Sinsheim

+49 (0) 7261-4727
info@msc-seminare.com
peterkairies.de

RÜCKTRITTSBEDINGUNGEN

Bei Stornierungen (ausschließlich schriftlich) bis 4 Wochen vor Seminarbeginn erfolgt eine Gutschrift in voller Höhe der Teilnehmergebühren. Bei Absagen zwischen der 4. und 2. Woche vor Seminarbeginn wird die halbe Gebühr in Rechnung gestellt. Bei späteren Stornierungen wird die gesamte Gebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.

TRAINER



Peter Kairies ist der Experte im Produktmanagement. Über 20 Jahre Erfahrung als Trainer und Berater. Mehr als **35.000 Teilnehmer**, davon etwa **18.000 Produktmanager** haben seine Seminare, Kurse und Trainings besucht. Er versteht es mit Beispielen aus der Praxis und einem mitreißenden Vortragsstil Teilnehmer zu begeistern und zu motivieren.

Der von ihm entwickelte Intensiv-Lehrgang „Certified Product Manager MSC“ ist seit Jahren die Präferenz-ausbildung für Produktmanager in B2B-Unternehmen.

Er studierte Verfahrenstechnik und Wirtschaftswissenschaften und hat 14 Jahre Industriepraxis im Vertrieb, als Marketingleiter und Bereichsleiter Produktmanagement. Zahlreiche Veröffentlichungen.

Unter anderem Autor folgender Bücher: „Professionelles Produktmanagement für die Investitionsgüterindustrie“, „So analysieren Sie Ihre Konkurrenz“ und „Moderne Führungsmethoden für Projektleiter“.



Ingo Lewerendt verfügt über langjährige Erfahrung als Seminarleiter, Coach und Berater für internationale B2B-Unternehmen und Projekte.

Er studierte Nachrichtentechnik und hat über ca. 20 Jahre Praxiserfahrung als Produktmanager, Direktor Produktmanagement, Direktor Produktstrategie und Leiter Strategisches Business Development.

Ingo Lewerendt ist zertifiziert in der Transaktionsanalyse (TA) für Berater und Coaches.

Zusätzlich zu seiner Berater- und Trainertätigkeit bei MSC tritt er als Speaker und Workshopleiter bei internationalen Tagungen und Konferenzen auf.



Robert Fodor verfügt über langjährige Erfahrung als interner Consultant bei der KUKA Deutschland GmbH, als Management Trainer und Coach für internationale B2B-Unternehmen.

Er versteht es, Brücken zwischen technischen und kaufmännischen Bereichen zu schlagen und damit Produktstrategien gesamtheitlich erfolgreich umzusetzen.

Robert Fodor studierte Physik und Betriebswirtschaft und hat 20 Jahre Praxiserfahrung als Fach- und Führungskraft im Produkt- und Projektmanagement. Seine Erfahrungen sammelte er in der Telekommunikation, Automatisierungstechnik, Robotik, Medizintechnik und Pharma- und Biotechnologie.

Er ist PMI zertifizierter Projektleiter, systemischer Coach und leitete erfolgreich mehrere große internationale Markteinführungsprojekte.

Zahlreiche Produktmanager, Marketing-, F&E-Leiter und andere Führungskräfte aus namhaften Unternehmen haben an firmeninternen oder offenen Trainings mit Peter Kairies begeistert teilgenommen, z.B.: 1&1 Internet, 3M, ABB, Aebi Schmidt, Aerzener, Allweiler, Amphenol Tuchel, Analytic Jena, Arcor, Assa Abloy, Auerswald, Atmel, Balluff, BAUMER, Big Dutchman, Biotronik, BITZER, Böllhoff, BOSCH, Bosch Rexroth, Brugg, Bürkert, Canon, Ceratizit, Claas, Daimler, Danfoss, DEGUSSA, Dentsply, Dornier, Deutz, DOKA, Dormakaba, Dürr, Eaton, ebm papst, Elaxy, Emerson, Epcos, Eternit, Festo, Georg Fischer, Carl Freudenberg, Friadent, FRIATEC, Fronius, GEA, Geberit, GEZE, Giesecke & Devrient, Gilgen Doors, Gira, Gossen, Grundfos, Harting, Heidelberger Druckmaschinen, Hekatron, Hella, Hettich, Honeywell, Huber & Suhner, Institut für Mikrotechnik, Jetter, Jungheinrich, Kathrein Werke, KBA, Keba, KENDRO, Knauf, Knorr-Bremse, Kontron Elektr., KSB, Kuka, Kyocera, Landis+Gyr, LAUDA, Lenord Bauer, LEICA, Leitz, Lenze, Leoni, Liebherr, Lumberg, Lucas-Nülle, Magura, MED-EL, Metabo, Metrolux, Micro-Epsilon, MINOLTA, Morpho Cards, Multi-Contact, Murrelektronik, Oerlikon, Omicron, Pepperl+Fuchs, Philips, Phoenix Contact, Pilz, Prominent, RAFI, Rittal, ROTO FRANK, SAP, Sartorius, Schott, SEW Eurodrive, SIEMENS, SMA, Somfy, SSI Schäfer, STIHL, Swisscom, tectsis, Tehalit, Testo, Toshiba, Trilux, Tyco Electronics, Unilux, Vaillant, Viega, Viessmann, Vishay, Voith, Wago, WashTec, Wavetek, Web.de, Weidmüller, WestfaliaSurgeWieland, WIKA, Wincor Nixdorf, Würth, ZEISS, Zehnder u.v.m.

So urteilen unsere Teilnehmer des Seminars:

„Wohl eines der besten Weiterbildungsprogramme, an denen ich teilgenommen habe. Herausragend sind die Vorlagen, die sich exzellent im Tagesgeschäft verwenden lassen.“

Ricardo Pimenta
E-T-A Elektrotechnische Apparate GmbH

„Hervorragender Praxisbezug durch viele Beispiele und Übungen. Sehr hoher Nutzen mit direktem Erfolgserlebnis.“

Patrick Ehrenpreis
Pepperl + Fuchs GmbH

„Eines der besten Seminare, die ich besucht habe...“

Thomas Loos
Meiko Maschinenbau GmbH

Weitere Stimmen von Teilnehmern finden Sie unter peterkairies.de/teilnehmerstimmen

Termine & Anmeldung unter:
peterkairies.de/cpm

Oder den QR-Code scannen:

MSC Management Seminar Center GmbH
Kurpfalzstraße 114 | D-74889 Sinsheim
Tel: +49 (0) 7261 4727 | info@msc-seminare.com

www.peterkairies.de

Durch gezieltes Aufbau-Training zu mehr Erfolg und Umsatz

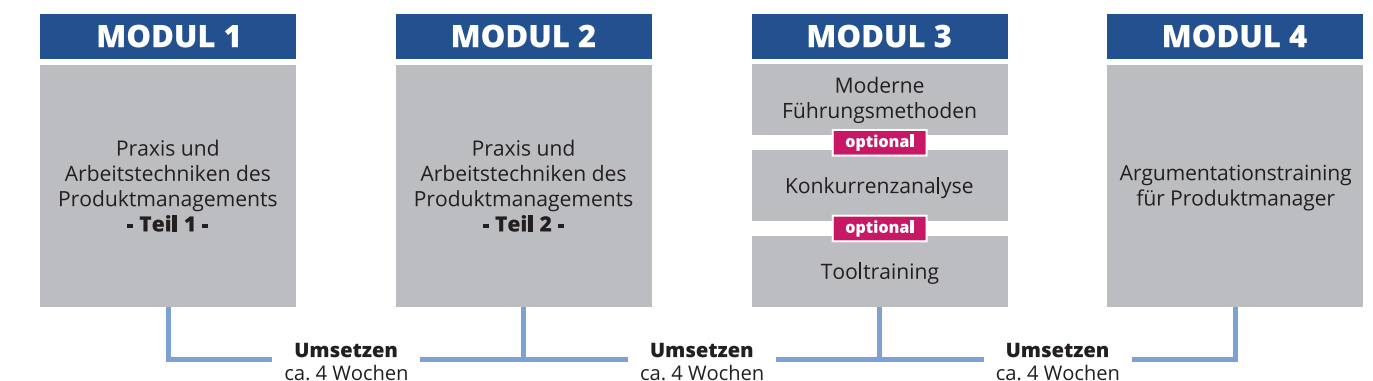
CERTIFIED PRODUCT MANAGER

8-tägiger Intensiv-Lehrgang

Trainer: Peter Kairies, Ingo Lewerendt, Robert Fodor

- ▶ Welche KI-Tools des modernen Produktmanagements Sie nutzen sollten, um das Umsatz- und Gewinnpotenzial von Produkten besser auszuschöpfen
- ▶ Wie Sie systematisch Anforderungsprofile für internationale Produkte konzipieren
- ▶ Wie Sie Entwicklungszeiten verkürzen und Ihr Produkt im Lifecycle managen
- ▶ Wie Sie die Schnittstellen zu Entwicklung und Vertrieb sicher in den Griff bekommen
- ▶ Wie Sie sich mit KI sinnvoll entlasten und gleichzeitig effizienter werden
- ▶ Wie Sie mit knappen Personalressourcen umgehen und zwischenmenschliche Probleme im Team souverän überwinden
- ▶ Wie Sie durch professionelle Kundengespräche Ihre Wirkung und Ihren Erfolg als Produktmanager multiplizieren
- ▶ Wie Sie Vertrieb und Kunden mit Produktpräsentationen begeistern und Einwände gelassen entkräften

8-tägiger Intensiv-Lehrgang zum Produktmanager mit Abschluss „Certified Product Manager MSC“



TRAINING UND TOOLS
FÜR IHREN ERFOLG



Warum die Bedeutung des Produktmanagements weiter zunimmt. Welche Stellung hat das PM im Unternehmen?

- Innovationstempo und marktgerechte Produkte als kritische Erfolgsfaktoren
- Anforderungen, Rollen, Erfolgsmessung des PMs (KPIs)
- Prozesse und Dokumente, Aufgaben, Kompetenzen
- Organisationsformen, Agiles PM, Vor- und Nachteile

Schlüsselfaktoren für den Erfolg neuer Produkte

- Ergebnisse neuester Studien

Wie Sie wichtige Informationen über Markt, Kundenanforderungen, Wettbewerb und Produkte beschaffen. Wie Sie rechtzeitig neue Markt- und Technologietrends, Wettbewerbs- und Umfeldbedingungen erkennen

- Methoden der Markt- und Wettbewerbsanalyse
- Interne Quellen, Desk- und Field-Research
- Einbinden von Vertrieb/Service als „Marktforscher“
- Nutzung von Internet und Online-Tools zur Wettbewerbsüberwachung
- Lead User Methode
- Kundenproblem- und Trendanalysen. Trendradar

Wie Sie Markt- und Wettbewerbsanalysen durchführen

- Methoden, Techniken und Tools. Nutzung von KI
- Marktsegment-Potenzialanalysen (MSIA, MSPA)
- Bewertung der Key Buying Factors
- Stärken-Schwächen-Analysen (SWOT)
- Produktanforderungen und Potenziale ermitteln
- Produktvergleiche, Benchmarking
- Funktionspiegel, Leistungsdatenmatrix
- Preis-Leistungs-Positionierung
- Produkt- und Marktlebenszyklus-Analysen (PLCM)
- Anlegen von Applikationssammlungen (PAM)
- ABC-Strukturanalyse
- Einführung in die MSC-Toolbox für Produktmanager

Wie Sie neue Produktideen finden und Anforderungen effizient und verständlich formulieren. Wie Sie Anforderungsprofile für innovative Produkte erstellen. Was muss das Pflichtenheft enthalten?

- Innovationsworkshops
- Target Pricing. Target Costing
- Internationales Anforderungsmanagement
- Produktdefinitions-Prozess
- Aufbau, Inhalt und Beispiele für Anforderungsprofile (LH, MRD) und Pflichtenhefte

Wie Sie Produktentwicklungen sinnvoll bewerten und priorisieren

- Qualitative und quantitative Kriterien (ROI), Beispiel-Tools
- Business Case
- „Stückzahlen“ für den Business-Case abschätzen

Tipps für erfolgreiche Modulbaukästen und Variantenmanagement. Entwicklungszeiten verkürzen und Entwicklungskosten senken – aber wie?

- Marktorientierte Vorbereitung von Produktentwicklungen
- Rolle und Input des PMs

Produktstrategien entwickeln und umsetzen

- Strategieprozess
- Portfolioanalysen und Methoden
- Gliederung und Aufbau der Produkt-, bzw. Portfolio-Strategie

Visualisierung von Produkt-Roadmaps

- Markt-/Produkt-/Technologie-Roadmap

Erfolgsberichte der Teilnehmer

Wie Sie produktbezogene Aktivitäten erfolgreich koordinieren. Arbeits-, Präsentations- und Management Techniken für Produktmanager. KI-Assistenten.

- Zusammenarbeit mit Vertrieb, Entwicklung und anderen Abteilungen
- Abbau von Schnittstellenkonflikten

Wie Sie neue Produkte in internationale Märkte einführen

- Managen des Produkt Launches. Aufgaben des Produkt Managements.
- Strategische Aspekte und richtiges Timing
- Stakeholder überzeugen
- Markteinführungsprozess

Die richtige Positionierung im Marketing-Mix

- Produkt- und Programmpolitik
- Preisfindung und -strategien. Intelligent Pricing
- Wege aus der Commodity-Falle. Umgang mit „Billig-Anbietern“

Wie Sie Ihre Produkte zielgruppengerecht und wirkungsvoll darstellen und präsentieren. Wie Sie überzeugender argumentieren als Wettbewerber

- Sales Channel und Personas berücksichtigen
- Value Proposition Design. Nutzenbotschaften, USPs
- Erstellen einer Masterargumentation
- Zielgruppenbezogen überzeugen mit der Argumentationspyramide
- Schneller zu den treffenden Argumenten: EVN-Technik, Argumentegenerator, Cost of Ownership, 3E-Methode
- Vorstellung neuer Produkte vor Vertrieb und Kunden
- Den Vertrieb begeistern. Sales Story. 5-Satz-Technik

Wie Sie Absatzchancen für Produkte verbessern.

Wie Sie die Marketing-Performance steigern.

- Nutzen Sie die Erkenntnisse aus „Eye Tracking“
- Überzeugende Sales-Dokumente und Sales-Tools
- KI-Tools: Erstellung von WebSite Texten, Prospekten, Videos und technischen Dokumentationen

Aktivitäten zur Markteinführung und Vertriebsunterstützung. Vertriebserschulungen

- Sofort-Maßnahme: Produkt-Promotion-Programm. Den Vertrieb professionell supporten.
- Internetauftritt
- Tipps rund um die Messe
- Besonderheiten beim Vermarkten von Dienstleistungen
- Blended Learning. Schulungen für den Vertrieb
- Launch-Package, Verkaufsförderung, Demomittel. Praxisbeispiele

Controlling-Aufgaben im Produktmanagement

- Product-Lifecycle-Management

Wie Sie Produkte outphasen.

Wie es wirklich funktioniert

- Systematische Programmbereinigung, „Anti-Bauchladen-Denken“
- Meilensteine und Aktivitäten
- Best Practice und Tipps für die Umsetzung

Best Practice im Produktmanagement

- Erfahrungen und konkrete Tipps für die Umsetzung

Warum Führungskompetenz der Erfolgsfaktor Nr. 1 ist

- Woran interdisziplinäre Teamarbeit scheitert – und wie Führung ohne Weisungsbefugnis funktioniert
- Wie Sie als PM Klarheit, Struktur und Orientierung in Ihr Projekt bringen

Wie Sie mit einer Vision Motivation erzeugen und mit klaren Zielen Akzeptanz schaffen

- Ziele verständlich formulieren und für alle sichtbar machen
- Nutzen und Relevanz für die Beteiligten schaffen
- Erwartungen klären und gemeinsame Prioritäten setzen
- Mit Projekt-Canvas und Visualisierungen Orientierung geben

Wie Sie mit professionellem Stakeholder-Management wirksame Hebel für den Projekterfolg setzen

- Mit RACI klare Verantwortlichkeiten schaffen
- Unnötige Zuständigkeitsdiskussionen vermeiden
- Wer hat welchen Hebel?
- Hinter jedem Verhalten steht ein Motiv–Stakeholder zielgerichtet einbinden und damit Boostereffekte erzeugen

Welche Planungstools in der Praxis wirklich funktionieren

- Planungstools richtige einsetzen
- Kanban Board
- Meilensteine, Gates und Reviewzyklen
- Timeboxing mit SCRUM
- Hybrides Projektmanagement – das Beste aus beiden Welten

Wie Sie durch Team Alignment Dynamik und Umsetzungsstärke bewirken

- Neue Insights durch Blickwinkelmosaik erhalten
- Gemeinsames Verständnis zu Zielen und Vorgehensweisen
- Commitment erzeugen
- Team Alignment Map

Wie Sie Teams zu Spitzenleistung führen

- Psychological Safety: Die Basis starker Teamarbeit
- Psychological Safety beginnt bei Dir
- Deine wirksamen Hebel im Alltag
- Souverän Führen durch und in Meetings

Wie Sie Teams zu Spitzenleistung führen

- Psychological Safety: Die Basis starker Teamarbeit
- Psychological Safety beginnt bei Dir
- Deine wirksamen Hebel im Alltag
- Souverän Führen durch und in Meetings

Wie Sie Ihre Akzeptanz und Wirkung steigern

- Anwendung des Gehirnmodells (HDI)
- Botschaften mit SBAR strukturieren
- Wer fragt der führt

Wie sie kritische Situationen und schwierige Gesprächspartner in den Griff bekommen

- Konfliktodynamiken früh verstehen
- Angriffe entschärfen
- Emotionale Eskalationen vermeiden
- Souverän mit Widerstand umgehen

Wie Sie den Projektfortschritt sicher stellen

- Termin und Kosten im Griff behalten
- Risiken managen, bevor sie entstehen
- Änderungen steuern statt ihnen hinterher laufen
- Projektreporting: Was Entscheider wirklich wissen wollen

Warum Lernen schneller zum Erfolg führt

- Lernen beginnt mit der richtigen Einstellung
- Review und 4L-Retro
- Erfolge feiern – Teamspirit stärken

Wie Sie Ihre Führungspersönlichkeit weiterentwickeln

- Erfolgsjournal & persönliches 4-Wochen-Programm

* Es besteht die Möglichkeit, das Modul 3 durch die Seminare „So analysieren Sie Ihre Konkurrenz, Märkte und zukunftsweisende Trends“ (Aufpreis 650,- €) oder „Tooltraining für Produktmanager“ (Aufpreis 760,- €) zu ersetzen. Die entsprechenden Inhalte und Termine finden Sie auf unserer Webseite. Bei Ihrer Anmeldung können Sie direkt wählen, welches Modul 3 sie absolvieren möchten.

IHR BEITRAG ZUM UNTERNEHMENSERFOLG

Wer auf dem Markt überleben will, braucht innovative und vor allem **erfolgreiche Produkte**. In meiner langjährigen Praxis als Berater und Trainer habe ich mehr als 18.000 Produktmanager trainiert und über 180 erfolgreiche Unternehmen analysiert, darunter Firmen mit weltweiter Spitzenposition. Auf der Suche nach den **Regeln der Erfolgreichen** stieß ich sehr früh auf den Erfolgsfaktor „Produktmanagement“. Das Erstaunliche: Alle besonders erfolgreichen Unternehmen hatten eines gemeinsam. Sie waren nicht nur überdurchschnittlich markt- und kundenorientiert, sondern verfügten auch über ein sehr gut funktionierendes Produktmanagement. Unternehmen mit einem **professionellen Produktmanagement** wachsen schneller und erwirtschaften höhere Erträge als ihre Wettbewerber. Der Produktmanager denkt und arbeitet wie ein Unternehmer im Unternehmen. Er ist die treibende Kraft, um aus Markt-anforderungen ertragsstarke Produkte zu generieren. Er ist für die Koordination produktbezogener Maßnahmen über den gesamten Life Cycle verantwortlich. **Seine Bedeutung wächst, aber auch die Anforderungen an ihn**. Seine Qualifikation und sein Wirkungsgrad entscheiden wesentlich über den Erfolg der ihm anvertrauten Produkte. Der Produktmanager leistet einen bedeutenden Beitrag zur **Zukunftssicherung des Unterneh-**

mens. Die Erfahrung vieler Trainings zeigt, wie wichtig, aber auch kritisch das Übertragen des Gelernten in die PRAXIS ist: Das MSC-Training legt besonderen Wert auf Praxisnähe und Wertbarkeit. **Es schlägt die Brücke vom „WISSEN zum TUN“.**

ZUM LEHRGANG

Das MSC-Seminar „Certified Product Manager“ ist ein Intervall-Training. Es besteht aus vier Trainingsblöcken von jeweils zwei Tagen. Der Abstand zwischen den Trainings dient zur gezielten Anwendung „on the job“. Damit wird sichergestellt, dass Sie das Gelernte sofort in die Praxis umsetzen können. Das MSC-Training eignet sich ideal zum fundierten Einstieg in die Arbeitstechniken des modernen Produktmanagements. Aber auch „alte Hasen“ erhalten wertvolle Impulse, Hilfen und Tools für die Praxis.

METHODIK

Referate, Einzel- und Gruppenarbeit, Beispiele „Wie machen es andere“, Fallstudien, Arbeiten mit praxiserprobten Tools und Checklisten, Präsentationen durch die Teilnehmer, Übungen mit Videoanalyse, Diskussionen, Erfahrungsaustausch.

Die Rolle des Produktmanagers im Kontakt mit Kunden, Entscheidern und dem Vertrieb

- Know-how für erfolgreiche Kommunikation
- Analyse. Eigene Potenziale erkennen

Überzeugend argumentieren

- Sales Channel und Personas
- Value Proposition Design
- Identifizieren der Key Buying Factors
- EVN-Technik, USP/Added Value
- Zielgruppenbezogene Argumentationsmodule
- Argumente-Generator
- Sales Story: 5-Satz-Technik
- 3E-Analyse
- Aufbau von Argumentations-Slides

Produkt-Präsentationen, die den Vertrieb begeistern

- Gliederung, Didaktik, Dramaturgie
- Zeigen Sie IHRE Persönlichkeit
- Schulung von Vertriebsmitarbeitern
- Internationales Marketing- und Sales-Meeting
- Präsentation vor Händlern und Endkunden
- Die eigene Wirkung steigern (Die Gliederungen der Präsentationen erhalten Sie als Powerpoint-Vorlage)

Mit Fragetechniken Anforderungen und Bedürfnisse identifizieren

- Wer fragt, der führt
- Anwendung der 14-Fragen-Toolbox

Interviews von Kunden und Konkurrenten

- Telefonleitfaden
- 3-Stufen-Methode zum Ausfragen von Wettbewerbern

Zur Kernkompetenz des Produktmanagers zählt neben der souveränen Handhabung von Tools und Techniken auch der sichere und professionelle Umgang mit Kunden und dem internationalen Vertrieb, vor allem in kritischen Situationen.

Im Argumentationstraining erkennen Sie Ihre Stärken und Verbesserungspotenziale. Sie erlernen Techniken der Verkaufsrhetorik und trainieren intensiv Ihr Verhalten. Sie verbessern Ihr Auftreten und steigern nachhaltig Ihre Kommunikationskompetenz. Sie werden künftig im Umgang mit Kunden und Vertriebsmitarbeitern souverän und noch überzeugender wirken.



Videogestütztes
Intensivtraining