

Zahlreiche Produktmanager, Marketing-, F&E-Leiter und andere Führungskräfte aus namhaften Unternehmen haben an firmeninternen oder offenen Trainings bei MSC Management Seminar Center 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, Blanco, 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, tectis, 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. **Seminarbeurteilungen** von Teilnehmern finden Sie unter www.peterkairies.de/testimonials



NEU
Online

PRODUKTMANAGEMENT FÜR DIGITALE PRODUKTE UND SERVICES

Mehr Umsatz und nachhaltiger Gewinn durch digitale Lösungen

LIVE-ONLINE-SEMINAR (2+1 Tag)

IHR TRAINER
Stefan Merk

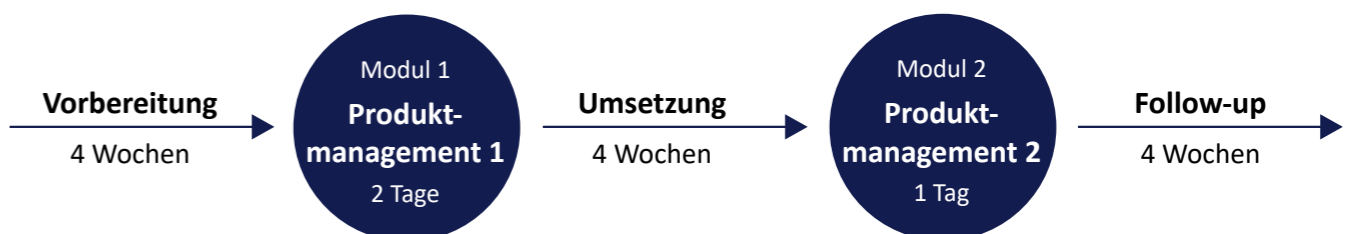
- Wie Sie durch die Kombination aus Dienstleistung und digitalen Produkten höchsten Kundennutzen schaffen.
- Warum digitale Lösungen für Ihre Kunden und für Sie von größtem Wert sind.
- Welche Methoden Sie als Produktmanager für digitale Produkte und Services beherrschen sollten.
- Wie Sie digitale Lösungen erfolgreich im Unternehmen verankern und in internationale Märkte einführen.
- Wie Sie Ihre Wirkung und Ihren Erfolg als digitaler Produktmanager multiplizieren.
- Wie Sie neue Umsatz- und Profitpotenziale ausschöpfen und Kunden langfristig binden.

Der Produktmanager ist „Sub-Unternehmer“ für seine Produktgruppe.

Im Mittelpunkt steht die Frage: „Wie kann ich den Kundennutzen maximieren und meine Lösungen zum Umsatz- und Gewinnträger machen?“

- Für
- Produktmanager
 - Leiter Produktmanagement
 - Mitarbeiter und Leiter aus Marketing, Vertrieb, Business Development, Branchen Management und F&E

Das Intervalltraining sichert die Umsetzung in die Praxis



Mit vielen Best Practice-Beispielen

Einfach und schnell online anmelden oder per Fax: +49 (0) 7261 - 58 76

ANMELDUNG

PRODUKTMANAGEMENT FÜR DIGITALE PRODUKTE UND SERVICES

Live-Online-Seminar über Zoom (2 + 1 Tag)

- 19./20. September 2022 und 19. Oktober 2022
- 24./25. Oktober 2022 und 28. November 2022



NEU
BASISTOOLBOX
mit vielen Templates
INKLUSIVE

Name

Firma

Abteilung/Funktion

Straße

PLZ, Ort

Tel.-Nr.

E-Mail

Die Teilnahmegebühren in Höhe von 1.750,- Euro zzgl. gesetzl. MwSt. überweisen wir nach Erhalt der Rechnung.

Datum Unterschrift

Informieren Sie mich bitte auch über:

Seminare und Tagungen

- 8-Tage-Lehrgang „Certified Product Manager“
- Tooltraining für Produktmanager (Präsenz oder Online)
- Argumentationstraining für Produktmanager
- Effizientes Anforderungsmanagement
- Business Development Management
- Moderne Führungsmethoden für Produktmanager und Projektleiter
- MSC-Jahrestagung für Produktmanager
- Crashkurs Professionelles Produktmanagement (Online)
- Crashkurs Professionelle Konkurrenzanalyse (Online)
- Strategisches Produktportfolio-Management (Präsenz oder Online)

Tools für Produktmanager

- MSC-Praxistoolbox für Produktmanager

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, Business Development Management und F&E

LEISTUNGEN / GEBÜHREN LIVE-ONLINE-SEMINAR

Die Teilnahmegebühr für beide Trainingsblöcke (2+1 Tag) beträgt 1.750,- Euro zzgl. gesetzl. MwSt.

In der Gebühr sind enthalten

- ✓ 3 Tage Live-Online-Seminar
- ✓ Seminarunterlagen als PDF zum Download
- ✓ Basistoolbox (Vorlagen & Tools für PMs) zum Download

SEMINARORT / SEMINARZEITEN

Live-Online-Seminar über Zoom
Home-Office oder Arbeitsplatz

9.00 bis ca. 16.30 Uhr

ANMELDUNG / INFORMATION

MSC Management Seminar Center GmbH
Kurfalzstr. 114, D-74889 Sinsheim

Tel.: +49 (0) 7261-4727

Fax: +49 (0) 7261-5876

kairies-beratung@t-online.de

www.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.

TRAININGSTAG 1



1. Bedeutung des Produktmanagements im Unternehmen

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

2. Ziele, Erfolgsfaktoren und Herausforderungen für das (digitale) Produktmanagement

- Grundlegende Veränderungen durch digitale Lösungen
- Neue Kundenanforderungen
- Neue Schnittstellen und Kompetenzen
- Agiles Produktmanagement

3. Grundlagen und Besonderheiten digitaler Lösungen

- Digitale Lösungen: Kundennutzen im Dreiklang aus Produkt, Service und Digitalisierung
- Neue Geschäfts- und Preismodelle
- Modularisierung & Paketierung
- Build/Measure/Learn-Zyklus
- Erfolgsfaktoren für digitale Produkte & Services

4. Erfolgsmessung und Wettbewerbsanalysen

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

5. Produktstrategien entwickeln und umsetzen

- Strategieprozess
- Methoden zur Portfolioanalyse
- Entwicklung einer Produkt- bzw. Portfolioplanung für digitale Lösungen

TRAININGSTAG 2

1. Kundenprobleme identifizieren und validieren

- Personas: Ihre Kunden richtig differenzieren
- Ideation-Prozesse, Business Model Canvas
- Hypothesenbildung, Prototyping & Testing

2. Neue Lösungen konzipieren und bewerten

- Business Case und mögliche Alternativen
- Minimum Viable Product
- Umsatzmechanismen, Wahl des richtigen Preismodells, Ansätze für profitables Pricing

3. Digitale Produkte & Services richtig launchen

- Besonderheiten im Launch digitaler Produkte
- Von der Pilotierung zum Markteintritt
- Launch Management und Aufgaben als Produktmanager
- Welche After-Sales Bestandteile Sie von Beginn an benötigen

4. Digitale Organisation

- Bausteine und Charakteristika erfolgreicher digitaler Organisationen
- Veränderte Anforderungen an das Produktmanagement
- Schnittstellenbereiche und deren Anforderungen

TRAININGSTAG 3



1. Erfolgsberichte der Teilnehmer

- Recap aus Modul 1, Erfolgsberichte

2. Produkte zielgerichtet platzieren und wirkungsvoll präsentieren

- Berücksichtigung neuer Vertriebskanäle für digitale Lösungen
- Positionierung: Sales Channel und Personas berücksichtigen
- Value Proposition Design. Nutzenbotschaften, USPs
- Erstellen einer Masterargumentation
- Zielgruppenbezogen überzeugen mit der Argumentationspyramide
- Vorstellung neuer Produkte vor Vertrieb und Kunden
- Den Vertrieb begeistern. Sales Story

3. Aktivitäten zur Markteinführung und Vertriebsunterstützung

- Sofort-Maßnahmen: Produkt-Promotion-Programm. Den Vertrieb professionell supporten
- Besonderheiten für die Einbindung in digitalen Kanälen: Website, E-Shop, Landing Pages, Konfiguratoren
- Launch-Package, Verkaufsförderung, Demos
- Den Vertrieb richtig schulen

4. Internationaler Go-to-Market

- Go-to-Market Strategien
- Lokale Differenzierungen richtig berücksichtigen
- Markteinführungsprozess

5. Product-Lifecycle Management bei digitalen Services

- Anforderungen richtig bewerten und priorisieren
- Product-Led-Growth
- Release Management und harmonisierte Entwicklungszyklen

6. Zusammenfassung & Ihre konkreten nächsten Schritte



REFERENT / TRAINER

Stefan Merk hat eine Vielzahl von KMUs sowie Großunternehmen aus verschiedenen Branchen in der Entwicklung von Digitalisierungsstrategien und erfolgreich in der Umsetzung begleitet. Unabhängig von der Unternehmensgröße, Branche

und Industrie sind dabei stets dieselben Erfolgsfaktoren, aber auch Herausforderungen und Fallstricke erkennbar: Wo kann Digitalisierung ansetzen, um dem Kunden Mehrwert zu schaffen, aber auch ein potenzialträchtiges Geschäftsmodell entstehen? Wie können fokussierte Initiativen entstehen, ohne mit einer Vielzahl gut gemeinter Ideen im Kostenesaster zu landen? Was sind kritische Voraussetzungen, um langfristig erfolgreich zu sein? Nach seinem BWL-Studium und mehrjähriger Tätigkeit als Berater war Stefan Merk als Vorstandsreferent „Technology & Transformation“ tätig. Heute verantwortet er im Produktmanagement der Hoffmann Group als Director Services das Serviceportfolio und den Aufbau von Produkt-Service-Lösungen.

IHR BEITRAG ZUM UNTERNEHMENSERFOLG

Digitale Produkte und Services bieten die einzigartige Chance, höchsten Kundennutzen zu erzeugen. Gleichzeitig können Sie durch digitale Lösungen wertvolle Insights generieren, mit denen Sie Ihr Produkt- und Leistungsportfolio kontinuierlich verbessern und wettbewerbsfähig halten. Mit der richtigen „Mechanik“ lassen sich höhere Umsätze und Margen erzielen und Ihre Kunden werden mit dem optimalen Nutzererlebnis langfristig an Ihr Unternehmen gebunden. Gleichzeitig erfordern derartige Lösungen gänzlich neue Fähigkeiten im Produktmanagement. Geschwindigkeit, Agilität & Adaptionfähigkeit sind die Wesentlichen Anforderungen an Ihre Organisationen und kritische Erfolgsfaktoren. Im dreitägigen Training „Produktmanagement für digitale Produkte und Services“ lernen Sie, welche Methoden Sie als Produktmanager im Umfeld digitaler Produkte und Services beherrschen müssen. Sie werden lernen, warum Sie in ganzheitlichen Lösungen denken sollten, wie Ihre Kunden besonders profitieren und wie Sie als Hersteller hieraus gänzlich neuen Mehrwert schaffen können. Sie werden lernen, wie Sie Kundenprobleme sinnvoll identifizieren können, stimmige Lösungen mit klarem Kundennutzen konzipieren und wie Sie den Startpunkt für die Umsetzung richtig setzen. Bewährte Tools und Methoden zur Bewertung Ihres Produkterfolgs und Ableitung von Maßnahmen machen Ihre Erfolge als Produktmanager messbar.

METHODIK

Das Training ist ein Intervalltraining und besteht aus zwei Trainingsblöcken (2 + 1 Tage). Der vierwöchige Abstand zwischen den Modulen dient zur gezielten Anwendung „on the Job“. Damit wird sichergestellt, dass Sie das Gelernte sofort in die Praxis umsetzen können. Die Methodik ist auf maximalen Lernerfolg ausgelegt: Einzel- und Gruppenarbeit, Best Practices, Input aus anderen Industrien mit praxiserprobten Tools. Dieses Training eignet sich ideal zum fundierten Einstieg in die Arbeitstechnik des modernen Produktmanagements für digitale Produkte und Services. Aber auch „alte Hasen“ erhalten hiermit Impulse, Hilfen und Tools für die Praxis, mit besonderem Fokus auf die Spezifika des digitalen Produktmanagements.