



NEU

VALUE PROPOSITION UND PRODUKTPOSITIONIERUNG

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, tecsis, 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

Einfach und schnell online anmelden
oder dieses Formular einscannen und an kairies-beratung@t-online.de mailen

ANMELDUNG

VALUE PROPOSITION UND PRODUKTPOSITIONIERUNG

2-tägiger Praxisworkshop

- 20./21. April 2023 NH Heidelberg
- 29./30. Juni 2023 NH Heidelberg
- 19./20. Oktober 2023 NH Heidelberg

Begrenzte Teilnehmerzahl

Name

Firma

Abteilung/Funktion

Straße

PLZ, Ort

Tel.-Nr.

E-Mail

Die Teilnahmegebühren in Höhe von 1.480,- 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)
- Crashkurs Markteinführung von B2B-Produkten (Online)

Tools für Produktmanager

- MSC-Praxistoolbox für Produktmanager

Mit der richtigen Produktpositionierung vom Wettbewerber abheben

2-tägiger Praxisworkshop

IHR TRAINER
Robert Fodor

- Wie Sie mit einer Customer Journey Map ein besseres Kundenverständnis schaffen
- Wie Sie Kundenbedürfnisse systematisch identifizieren
- Wie Sie Produkteigenschaften umfassend beleuchten und Nutzenversprechen ableiten
- Wie Sie die eigene Value Proposition vor dem Wettbewerbshintergrund beurteilen
- Wie Sie Alleinstellungsmerkmale deutlich herausstellen
- Wie Sie eine überzeugende Produktpositionierung entwerfen und formulieren
- Erstellen Sie im Workshop Schritt für Schritt eine Value Proposition und Produktpositionierung für Ihr eigenes Produkt

Nach dem Workshop wissen Sie, wie Sie auf Basis von Value Propositions eine überzeugende Produktpositionierung erstellen, die Ihr Produkt deutlich vom Wettbewerb abhebt.
Begeistern Sie den Vertrieb und Ihre Kunden mit einer überzeugenden Produktpositionierung.

Für Mitarbeiter und Leiter aus

- Produktmanagement
- Marketing, Business Development
- Branchenmanagement
- Product Owner
- (Strategischer) Vertrieb

✓ Reale Fälle aus dem Kreis der Workshopteilnehmer

Training und Tools für Ihren Erfolg

ZIELGRUPPE

Unternehmen der Investitionsgüterindustrie, Unternehmen, die technische oder beratungsintensive Produkte herstellen und/oder vertreiben, Software- und Dienstleistungsunternehmen.

TEILNEHMER

Mitarbeiter und Leiter aus:

- Produktmanagement
- Marketing, Business Development
- Branchenmanagement
- Product Owner
- (Strategischer) Vertrieb

LEISTUNGEN / GEBÜHREN

Die Teilnahmegebühr für beide Trainingstage beträgt: 1.480,- Euro zzgl. gesetzl. MwSt.

In der Gebühr sind enthalten

- ✓ 2 Tage Training
- ✓ Seminarunterlagen
- ✓ 2 Mittagsmenüs 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

ANMELDUNG / INFORMATION

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

Tel.: +49 (0) 7261-4727
Fax: +49 (0) 7261-5876
kairies-beratung@t-online.de
www.peterkairies.de



ZIMMERRESERVIERUNG / ANREISE

Unsere Seminare finden in ausgesuchten Hotels gehobener Klasse statt. Sonderpreise für Übernachtungen aufgrund bestehender Vereinbarungen geben wir an unsere Teilnehmer weiter. Bitte nehmen Sie Ihre Reservierung selbst im o.g. Seminarhotel vor.

Wir schlagen folgende alternative Übernachtungsmöglichkeiten in der Nähe des NH Heidelberg vor:

B&B-Hotel, Rudolf-Diesel-Str. 7, 06221-13720
Star Inn Hotel, Speyerer Str. 9., 06221-3600-0
ibis am Hauptbahnhof, Willy-Brandt-Platz, 06221-913-0

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.

Workshoptag 1

- 1. Einführung:**
Value Proposition und Produktpositionierung
 - Begriffsdefinition
 - Einordnung in das Produktmanagement
 - Ziele
- 2. Customer Journey**
 - Aufbau einer Customer Journey Map
 - Nutzen im Produktmanagement
 - Fallbeispiele aus dem Teilnehmerkreis
- 3. Value Proposition Canvas**
 - Aufbau eines Value Proposition Canvas
 - Personas
 - Auswahl und Bearbeitung von Fallbeispielen
- 4. Jobs & Circumstances**
 - Was genau macht der Kunde?
 - Was sind die Rahmenbedingungen?
 - Bearbeitung der ausgewählten Fallbeispiele
- 5. Pains & Gains**
 - Was will der Kunde erreichen?
 - Was bereitet dem Kunden schlaflose Nächte?
 - Bearbeitung der ausgewählten Fallbeispiele
- 6. Eigenschaften des Produktes**
 - Kernprodukt
 - Erweitertes Produkt
 - Bearbeitung der ausgewählten Fallbeispiele
- 7. Gain Creators & Pain Relievers**
 - Wie bringt das Produkt Mehrwert?
 - Wie hilft das Produkt?
 - Bearbeitung der ausgewählten Fallbeispiele

Workshoptag 2

- 8. Das Nutzenversprechen**
 - Verwendung des Value Proposition Canvas
 - Formulierung des Nutzenversprechens
 - Bearbeitung der ausgewählten Fallbeispiele
- 9. Einbindung der Wettbewerbsanalyse**
 - Überblick Wettbewerbsanalysen
 - Verwendung der Value Proposition in der Wettbewerbsanalyse
 - Bearbeitung der ausgewählten Fallbeispiele
- 10. Produktpositionierung**
 - Bedeutung der Produktpositionierung
 - Formulierung einer Produktpositionierung
 - Bearbeitung der ausgewählten Fallbeispiele
- 11. Abschluss**
 - Verknüpfung mit Entwicklung und Markteinführung
 - Zusammenfassung
 - Transfer in die eigene Arbeit

Reale Fälle aus dem Teilnehmerkreis



REFERENT / TRAINER

Robert Fodor ist seit mehr als 20 Jahren im Produktmanagement im B2B-Umfeld tätig und arbeitet als interner Consultant bei der KUKA Deutschland GmbH.

Der studierte Physiker und Betriebswirt versteht es, Brücken

zwischen technischen und kaufmännischen Bereichen zu schlagen und gesamtheitliche Produktstrategien zu entwerfen.

Er ist PMI zertifizierter Projektleiter und führte mehrere große internationale Markteinführungsprojekte. Seine Erfahrungen sammelte er u.a. in den Branchen Telekommunikation, Automatisierungstechnik, Robotik, Medizinprodukten und Pharma-/Biotechnologie.

Als Unternehmensberater unterstützt er seine Kunden bei der Definition und Markteinführung von Produkten.

Seine langjährige Erfahrung als Führungskraft gibt er als Coach für Fach- und Führungskräfte gerne weiter.

IHR BEITRAG ZUM UNTERNEHMENSERFOLG

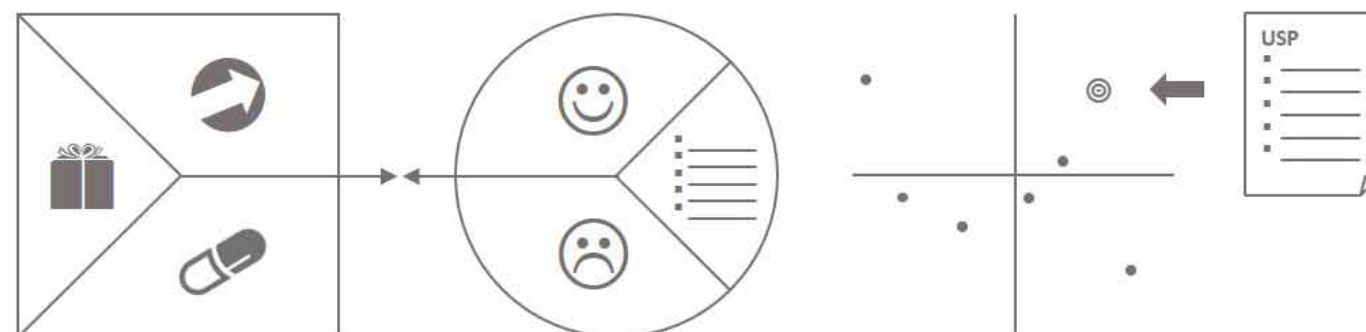
Ebnen Sie den Weg zum erfolgreichen Produkt.

Eine Produktpositionierung auf Basis von Value Propositions beschreibt ein klares und passgenaues Nutzenversprechen gegenüber den Zielkunden.

Diese gibt ihrem Unternehmen eine Ausrichtung, an der sich die Aktivitäten in Produktentwicklung und Markteinführung orientieren:

- Generieren Sie Alleinstellungsmerkmale, die Ihr Produkt vom Wettbewerb abheben
- Entwerfen Sie eine präzise Produktdefinition, die die Entwicklungsarbeiten fokussiert und Kosten in Entwicklung und Produktion optimiert
- Liefern Sie überzeugende Vertriebsargumente, die Ihnen größere Liefermengen, höhere Verkaufspreise und bessere Margen ermöglichen.

MIT DER RICHTIGEN PRODUKTPositionIERUNG VOM WETTBEWERBER ABHEBEN



METHODIK

Im Workshop erhalten Sie kurze theoretische Impulse und einen leicht verständlichen Leitfaden zum Vorgehen. Die überwiegende Zeit ist für die praktische Arbeit in Kleingruppen vorgesehen. Für reelle Produktideen aus dem Teilnehmerkreis erarbeiten Sie unter Anleitung eine konkrete Value Proposition und entwickeln eine Produktpositionierung. So bringen Sie „getane Arbeit“ mit nach Hause.