

Powertraining (1 Tag): Produktmanagement für Medizinprodukte

Produktmanagement-Essentials für eine fundierte Produktplanung und erfolgreiche Steuerung im Team

Termine: 30.06. (online); 06.10. (online); 08.12. (online)
Inhouse-Termine auf Anfrage möglich

Kurzbeschreibung

Der Powerkurs Produktmanagement ist konzipiert für Produktmanager (m/w/d), die Produktentscheidungen im Team treffen. Den roten Faden im Kurs bildet der „Business Case“ für Ihr Produkt, den Sie anhand zahlreicher Übungen mit Inhalten füllen. Die Ergebnisse dienen als Entscheidungsgrundlage für die Produktentwicklung und das Marketing. Im Einzelnen bearbeiten Sie externe und interne Analysen vor dem Hintergrund Ihres Produkts und Unternehmens. Für eine schnelle Informationsgewinnung stellt Ihnen Frau Triebfürst geeignete Prompts und individuelle GPTs vor. Die Analyseergebnisse führen dann über den Weg der SWOT-Matrix zu verschiedenen Strategien, die den Produkterfolg anpeilen. Dabei berücksichtigen Sie die Unternehmensziele und die übergeordnete Portfoliostrategie. Kompakt und in die Praxis direkt umsetzbar erarbeiten Sie sich das notwendige Wissen, um Produkte erfolgreich zu planen sowie mit Ihren Schnittstellen zu steuern und zu optimieren.

Inhalte

Aufgaben, Prozesse, Business Case

- Aufgaben und Ziele im Produktmanagement
- Produktmanagementprozesse und Strategiefindung
- Inhalte des Business Case als Entscheidungsgrundlage für „Go To Development“

Externe Analyse

- Produkt-Markt-Segmentierung (*Übung*)
- Marktpotentialanalyse, Marktkennziffern (*Übung*)
- Unternehmensumwelt (PESTEL) (*Übung*)
- Branchenanalyse (Porters Five) (*Übung*)
- Wettbewerbsanalyse und Battle Cards (*Übung*)
- Primäre und sekundäre Informationsquellen
- KI-gestützte Informationsgewinnung

Interne Analyse

- Produkt-Portfolio-Analyse (BCG) (*Übung*)
- Analyse des Produkt- und Marktlebenszyklus (*Übung*)
- Stärken-Schwächen-Analyse (*Übung*)
- SWOT-Analyse und Ableitung von SWOT-Strategien (*Übung*)

Produkt- und Unternehmensstrategien

- Produktstrategie und Produkt-Roadmap
- Unternehmensziele, quantitative und qualitative Ziele, Zielformulierung
- Strategien für Wachstum (Ansoff), Differenzierung und Positionierung

Produktsteuerung, Kontrolle, Schnittstellenmanagement

- "Kano-Analyse": Bewertung und Priorisierung von Kundenanforderungen. Steigerung der Kundenzufriedenheit durch kontinuierliche Erhöhung des Produktwertes. (Workshop)
- Planung des Produkterfolgs (Break Even Point, Absatz-, Umsatz- und Erfolgsplanung, COGS)
- Konstruktive Zusammenarbeit mit Ihren Schnittstellen (Organisation, Tools, KI-Support)

Zusatzleistungen

- Vor dem Seminar: Feinabstimmung der Seminarinhalte mit den Teilnehmern, Zielabfrage
- Toolset (Vorlagen, Checklisten)
- Ausführliche Seminar-Dokumentation, vertiefende Literatur, Teilnahmebestätigung

Methoden

- Im Online-Seminar: 30% fachlicher Input, 70% Workshops/Übungen
- Lösungsorientiertes Training mit max. 4 (online) bzw. 8 Teilnehmern (Präsenz)

Zielgruppen (m/w/d)

- (Junior-)Produktmanagement, Business Development, Startups

Kosten

- 680,- EUR zzgl. gesetzlich gültiger MwSt. (inklusive der o.g. Zusatzleistungen)

Mehr Informationen zu Ablauf, Organisation und Inhalt bei **Online-Interaktiv-Veranstaltungen** finden Sie auf: <https://www.medtech-seminare.de/online-interaktiv-veranstaltungen>

Dauer/ Ort

- 9.00 - 17.00 Uhr. Online-interaktiv über MS Teams und das Kollaborationstool „Conceptboard“

Veranstalterin

Sigrid Triebfürst. medtech-seminare & coaching
Hormersdorfer Str. 29
90587 Obermichelbach
Tel. 0911-5181947
Mail: info@medtech-seminare.de
Website: <https://www.medtech-seminare.de>