



St. Galler Produktmanager- Lehrgang



St. Galler Produktmanager-Lehrgang

Praxisorientierter Lehrgang in 2 Teilen für

- ▶ Produktverantwortliche, Länderbetreuer, Zielgruppenspezialisten und Fachverantwortliche, die impulsgebende Funktionen für ein Produkt, eine Marke oder eine Produktlinie ausüben.
- ▶ Nachwuchskräfte, die sich umfassende Kompetenzen zum Produktmanagement aneignen wollen.

Konzept

Das moderne Produktmanagement ist eine umfassende Führungsaufgabe. Sie reicht von der Markt- und Konkurrenzanalyse bis zum Verkaufserfolg. Typische Schwerpunktaufgaben eines Produktmanagers in der Innovationsphase einer Marktleistung sind:

- ▶ Analyse von Entwicklungen und Trends im Markt
- ▶ Kreatives Aufspüren von Wachstumsfeldern
- ▶ Analyse und Beobachtung von Konkurrenzaktivitäten
- ▶ Auswertung und Interpretation von Marktdaten
- ▶ Mitwirkung bei Neuentwicklungen und Innovationen
- ▶ Beantragen der notwendigen Investitionen inkl. Feasibility-Studien und Wirtschaftlichkeitsberechnung
- ▶ Formulieren der Produktstrategie sowie der Markteintrittsstrategie

Auch bei der Pflege und Optimierung der laufenden Geschäfte fallen vielfältige Aufgaben an:

- ▶ Erarbeitung und Empfehlung von Marketing-Plänen
- ▶ Entwicklung von Vermarktungsstrategien
- ▶ Sicherstellen des Kommunikationsflusses auf allen Ebenen
- ▶ Unterstützung der Aussendienst- bzw. Verkaufsorganisation
- ▶ Bereitstellen von Verkaufshilfen und Verkaufsförderungsmaterial
- ▶ Qualitätskontrolle

Nicht selten ist der Produktmanager auch für Umsätze, Deckungsbeiträge oder zumindest Kosten verantwortlich:

- ▶ Steuerung von Umsatz und Gewinn
- ▶ Verkaufs- und Ergebnisanalysen
- ▶ Strategisches Controlling

Nur selten aber ist der Produktmanager eine «one man show». Um sich durchzusetzen, braucht er Überzeugungskraft, Verhandlungsgeschick und soziale Kompetenz. Auch diese Themen werden im Lehrgang in konzentrierter Form behandelt.

Themenschwerpunkte

Teil 1

Ganzheitliches Marketingmanagement

Kernidee des Produktmanagements ist, die Anforderungen, Bedürfnisse und Möglichkeiten des Marktes mit dem eigenen Leistungsangebot und dessen Vermarktung in ein Gleichgewicht zu bringen, um den Markterfolg für Produkt, Marke oder Produktlinie ganzheitlich zu steuern.

Produktkonzept, Produktstrategie

Wir beschäftigen uns mit der Frage, wie ein Produktkonzept oder eine Produktstrategie erarbeitet und formuliert werden. Basis sind Marktdaten, Marktforschungsergebnisse und Erkenntnisse aus dem eigenen Kundeninformationssystem. Die Teilnehmer lernen anhand praktischer Beispiele, Produkt- und Servicekonzepte, Marketingstrategien, Einführungskampagnen neuer Produkte, Produktlinien und Sortimentsstrategien zu planen und umzusetzen.

Länderstrategien

Produktkonzepte sind oft länder- oder regionenspezifisch zu verfeinern und entsprechend differenziert auszuarbeiten, zu kommunizieren und zu steuern. Wie werden länderspezifische Strategien für Produkte, Marken und Produktgruppen erarbeitet? Welche Instrumente und Methoden sollen dabei eingesetzt werden?

Zielgruppenkonzepte

Die Ausarbeitung von Marketingplänen und darauf aufbauende Verkaufsunterstützung seitens des Produktmanagers hat sich an Zielgruppen zu orientieren. Differenzierten Marktsegmenten mit spezifischen Bedürfnissen sollen jeweils Produkte und Leistungen mit gezieltem Kundennutzen angeboten werden. Wie werden Zielgruppenkonzepte, basierend auf einer sinnvollen Marktsegmentierung, erarbeitet?

Verkaufs- und Vertriebskonzept

Der Produktmanager ist darauf angewiesen, dass sein Produkt von Verkauf und Aussendienst so forciert wird, wie es für den Markterfolg nötig ist. In der Regel hat er jedoch keine Linienverantwortung und somit keinen direkten Zugriff auf den Verkauf. Was ist zu tun, um die Produktstrategie via Verkauf umsetzen zu können?

Teil 2

Planung, Budgetierung

Zu den zentralen Aufgaben des Produktmanagements gehören Planung und Budgetierung. Kenntnisse der Kalkulation, der Kostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung sind dabei genauso wichtig wie etwa Gesetzmässigkeiten bei der Preisfindung und Preisdurchsetzung.

Investitionen und Wirtschaftlichkeitsberechnungen

Um seine Produktstrategien realisieren zu können, benötigt der Produktmanager finanzielle Ressourcen. Investitionsanträge, Wirtschaftlichkeitsberechnungen, geplante Payback-Perioden und Renditeaspekte sind als Entscheidungsgrundlage auszuarbeiten.

MIS und Controlling

Welche Informationen müssen von wem erfasst, wie aufbereitet und in welcher Form an wen weitergegeben werden? Wer erfasst Abweichungen frühzeitig, erarbeitet Korrekturmassnahmen und steuert deren Umsetzung? Wie handhabt der Produktmanager seine Controlling-Funktion?

Die Führungsaufgabe

Ohne meist die effektive Linienverantwortung über die Verkaufsorganisation innezuhaben, werden Produktmanager für die Produktergebnisse, z.B. Umsatz oder Gewinn, (mit)verantwortlich gemacht. Daraus entsteht eine spezielle Führungsaufgabe: eigene Ideen müssen durch Überzeugung, Akzeptanz und soziale Kompetenz durchgesetzt werden.

Mit Konflikten umgehen

Dass dabei Konfliktpotential vorhanden ist, ist selbstverständlich. Diese Konflikte sind systembedingt. Sie dürfen nicht verdrängt und es darf ihnen nicht aus dem Weg gegangen werden. Am letzten Seminartag trainieren wir daher die Fähigkeiten für eine konstruktive Konfliktbewältigung.



Teilnehmerstimmen



«Den Dozenten ist es auf sehr einfache und anschauliche Art und Weise gelungen, die Inhalte zu transportieren und hierbei viele Ansätze für die eigene praktische Arbeit zu liefern – vielen Dank!»

«Sehr lebendig, gute Inhalte, breite Basis. Wird mir bei meiner persönlichen und beruflichen Entwicklung weiterhelfen. Weiter so!»

«Ich war sehr erstaunt, wie komplex und vielschichtig der Produktmanager agieren kann. Ich bin gespannt, wie schnell und wie viel ich in Zukunft umsetzen und anwenden kann.»

«Sehr professioneller Lehrgang in angenehmer Atmosphäre. Kann ich uneingeschränkt weiterempfehlen und komme gerne selber wieder!»

«Aufgrund der praxisorientierten Lehrinhalte sowie der angenehmen Anzahl an Seminarteilnehmern war der Lehrgang ein voller Erfolg für mich. Sehr zu empfehlen!»

Seminarerdaten (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
90424	1. Teil St. Gallen	02. - 05.09.2024
	2. Teil Davos	11. - 14.11.2024
90524	1. Teil Horn/St. Gallen	25. - 28.11.2024
	2. Teil Wildhaus	31.03. - 03.04.2025
90125	1. Teil Brunnen	20. - 23.01.2025
	2. Teil Wildhaus	31.03. - 03.04.2025
90225	1. Teil Brunnen	20. - 23.01.2025
	2. Teil Wildhaus	23. - 26.06.2025
90325	1. Teil Davos	31.03. - 03.04.2025
	2. Teil Wildhaus	23. - 26.06.2025

Seminargebühr*: CHF 8500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum06

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.



SGMI  **DIPLOM**
PRODUKTMANAGEMENT

Upgrade Programm durch Anrechnung des Seminars: www.sgmi.ch/smd03

Administration und Organisation

Information und Beratung

Gerne stehen wir Ihnen für nähere Informationen zu den einzelnen Seminaren, Lehrgängen, Diplomen oder für die telefonische Beratung zur Auswahl des für Sie geeigneten Weiterbildungs-Bausteins zur Verfügung.

Telefon +41 (0)71 223 50 30

Anmeldung

Bitte füllen Sie beiliegende Anmeldekarte aus, und senden Sie diese an uns.

SGMI Management Institut St.Gallen

Bogenstrasse 7

CH-9000 St. Gallen

E-Mail seminare@sgmi.ch

Nach Erhalt Ihrer Anmeldung senden wir Ihnen:

- ▶ die Bestätigung Ihrer Anmeldung mit Rechnung
- ▶ Informationen zu Ablauf, Hotel und Anreise
- ▶ das Zimmerreservationsblatt für Ihre Hotelbuchung

Sollte das Seminar bereits ausgebucht oder eine Zulassung zu einem Diplom nicht möglich sein, werden Sie unverzüglich davon unterrichtet. Kleinere Programmänderungen und Referentenumstellungen bleiben vorbehalten.

Seminargebühr, Diplomgebühr, Euro

Die Seminargebühr beinhaltet die Kosten für das Seminar und die Seminarunterlagen. In der Diplomgebühr inbegriffen sind die Kosten für Seminare, Workshops und den Diplomteil (alle Seminar- und Diplomgebühren zzgl. 8.1% MWST). Nicht enthalten sind sämtliche Hotelleistungen wie Übernachtung und Verpflegung, die vom Teilnehmer direkt dem Hotel zu bezahlen sind. Mehrteilige Seminare können nur als Ganzes gebucht werden. Versäumte Seminartage oder Seminarteile können nicht nachgeholt werden.

den. Die Seminar-, Diplomgebühr kann in Schweizer Franken oder in Euro zum jeweiligen Tageskurs bezahlt werden.

Umbuchung, Stornierung

Umbuchungen von einer Seminar- oder Diplomdurchführung auf eine andere sind nur einmalig bis 6 Wochen vor Seminarbeginn gegen eine Gebühr von CHF 400.– möglich. Stornierungen sind bis 3 Monate vor Seminarbeginn kostenlos. Bei Stornierungen zwischen 3 Monaten und 6 Wochen vor Seminarbeginn werden 40% der Seminar- resp. Diplomgebühr verrechnet. Die volle Seminar- resp. Diplomgebühr wird verrechnet, wenn die Abmeldung weniger als 30 Werktage vor Seminarbeginn erfolgt.

Wir empfehlen, eine Annullationsversicherung bei Ihrer Versicherungsgesellschaft abzuschliessen, die Stornokosten wegen Krankheit und anderer Ereignisse abdeckt.

Hotel

Unsere Seminarhotels bieten unseren Seminarteilnehmern preisgünstige Seminarpauschalen an. Die Zimmerreservation übernimmt das SGMI Management Institut St. Gallen aufgrund Ihres retournierten Zimmerreservationsblattes. Wir bitten Sie, das Zimmerreservationsblatt auszufüllen und an seminare@sgmi.ch zu senden. Das Hotel stellt jedem Teilnehmer individuell Rechnung, die Bezahlung der Rechnung erfolgt durch den Teilnehmer direkt beim Auschecken am letzten Seminartag. Die vollständigen «Allgemeinen Geschäftsbedingungen» können im Internet unter www.sgmi.ch/agb entnommen werden.

Anreise zum Seminarort

Angaben zu Hotel und Anreise erhalten Sie mit der Anmeldebestätigung.

Anmeldekarten

Wir freuen uns auf Ihre Anmeldung. Bitte senden Sie uns den Anmeldealon per Post, Fax oder E-Mail.

SGMI Management Institut

St. Gallen

Bogenstrasse 7

CH-9000 St. Gallen

Telefon +41 (0)71 223 50 30

Telefax +41 (0)71 223 50 32

Internet www.sgmi.ch

E-Mail seminare@sgmi.ch

Wir melden uns für folgende Seminare/Programme an:

Nummer/Datum Name Vorname

Firma

Adresse/PLZ/Ort



Telefon

E-Mail

Branche

Funktion

Datum

Unterschrift