

INTENSIVPROGRAMM FÜR PRODUKTMANAGER

2-teiliges Programm zu den wesentlichen Themen eines erfolgreichen Produktmanagements. Geeignet für heutige und zukünftige Produktmanager, Leiter/innen von Produktlinien, Verantwortliche für Produktgruppen bzw. Leistungsangebote von Dienstleistungsfirmen sowie Markenverantwortliche. Zudem konzipiert für Nachwuchsführungskräfte, die sich eine umfassende Kompetenz zum Produkt- und Leistungsmanagement aneignen wollen.

KONZEPT

Der moderne Produktmanager steuert sein Produkt, seine Produktlinie, seine Produktgruppe oder seine Marke von A bis Z: Vom Erfassen der Kundenbedürfnisse, Erkennen von Trends, von der Analyse des Marktes und des heutigen und zukünftigen Wettbewerbs über die Sortiments- und Leistungsstrategie, die Preispolitik, die Kommunikation und Marktbearbeitung bis zur Umsetzung am Markt, oft international oder global, und letztlich bis zur Aufbereitung der Ergebnisse mit modernen Führungsinstrumenten.

Gefordert ist er/sie fachlich, aber auch menschlich: Der Wissensbereich, in dem sich der Produktmanager auskennen muss, ist breit und tief zugleich. Kaum eine andere Funktion hat so viele entscheidende Schnittstellen im Gesamtprozess der Leistungserbringung. Und kaum eine andere Funktion hat so viel an Verantwortung, an Einflussmöglichkeit und so wenig an institutionalisierter Macht.

Zusätzlich zum Wissen braucht es daher ein hohes Mass an sozialer Kompetenz.

- > Überzeugen durch gute Konzepte, umgesetzt in vermarktungsfähige Produkte und Dienstleistungen mit all der Unterstützung, die der Verkauf und Vertrieb benötigt, ist das eine.
- > Überzeugen durch die richtige soziale Kompetenz, die richtige Gesprächsführung, das andere.

Der erste Programmteil beschäftigt sich daher mit dem aktuellen Wissen über professionelles Produktmanagement. Im zweiten Teil trainieren Sie die «erfolgreiche Verhandlungsführung».

THEMENSCHWERPUNKTE

Teil 1: Professionelles Produktmanagement

Ganzheitliches Marketing- und Produktmanagement

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.

Marktkonzept, 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: Erfolgreiche Verhandlungsführung**Gesprächspartner für eigene Ziele gewinnen**

Nur selten regiert der Produktmanager zentral von oben in die Regionen oder Länder hinein. Um seine Konzepte umsetzen zu können, braucht er die Unterstützung vieler Kollegen, Chefs und Mitarbeiter aus anderen Bereichen und Abteilungen. Diese müssen für die eigene Sache gewonnen werden: durch Sympathie, nicht nur durch fachliche Brillanz.

Das eigene Kommunikations-Muster

- > Wie kommuniziere ich selbst?
- > Die Vielschichtigkeit menschlicher Kommunikation
- > Das eigene Gesprächsverhalten erkennen
- > Selbst- und Fremdbildanalyse
- > Wie wirke ich auf andere?

Gespräche richtig vorbereiten

- > Die innere Einstellung prüfen und aufbauen
- > Die mentale Vorbereitung
- > Tools zur Gesprächsvorbereitung
- > Die bewusste Wahl einer Gesprächsstruktur
- > Rahmenbedingungen für eine gute Gesprächsatmosphäre schaffen

Auf den Gesprächspartner eingehen

- > Die wahren Wünsche und Bedürfnisse finden
- > Die Gestaltung der Beziehungsebene
- > Mit Fragetechniken lenken
- > Das Gespräch positiv steuern
- > Schwierige Gesprächssituationen meistern

Für die eigene Sache gewinnen

- > Sympathie und Verhandlungserfolg
- > Gesetzmässigkeiten des erfolgreichen Verhandeln
- > Widerstände und Konflikte: Was tun?
- > Von Konfrontation und Kooperation
- > Wenn beide gewinnen: Vereinbarung treffen
- > Wenn beide verlieren: Neu beginnen
- > Win-Win-Situation erreichen und sichern

CORPORATE PROGRAMS & CONSULTING

Das Programm kann auch als firmeninterne Veranstaltung, massgeschneidert auf die Bedürfnisse Ihrer Unternehmung, gebucht werden.

Gerne stehen wir Ihnen auch als leistungsfähiger Partner für Unternehmensberatung zur Verfügung.

Telefon +41 (0)71 223 50 30 | E-Mail inhouse@sgmi.ch

SEMINARDATEN (1 x 4 Tage + 1 x 3 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
SM6314	1. Teil	Eich	22.–25. Januar 2024
	2. Teil	Steckborn	08.–10. April 2024
SM6324	1. Teil	Hallwilersee	08.–11. April 2024
	2. Teil	Luzern	04.–06. November 2024
SM6334	1. Teil	St. Gallen	02.–05. September 2024
	2. Teil	Luzern	04.–06. November 2024

Seminargebühr*: CHF 7900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sma63

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

ADMINISTRATION UND ORGANISATION

INFORMATION UND BERATUNG

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

Telefon +41 (0)71 223 50 30

Telefax +41 (0)71 223 50 32

ANMELDUNG

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

SGMI Management Institut St.Gallen

Bogenstrasse 7

CH-9000 St.Gallen

Telefax +41 (0)71 223 50 32

Internet www.sgmi.ch

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 Certificate nicht möglich sein, werden Sie unverzüglich davon unterrichtet. Kleinere Programmänderungen und Referenten-umstellungen bleiben vorbehalten.

SEMINARGEBÜHR, DIPLOMGEBÜHR, EURO

Die Seminargebühr beinhaltet die Kosten für das Seminar und die Seminarunterlagen (alle Seminar- und Certificate-Gebühren zzgl. 8.1% MWST). In der Certificategebühr inbegriffen sind die Kosten für Seminare, Workshops und den Diplomteil. 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. Die Seminar-, Certificategebühr kann in Schweizer Franken oder in Euro zum jeweiligen Tageskurs bezahlt werden.

UMBUCHUNG, STORNIERUNG

Umbuchungen von einer Seminar- oder Certificatedurchführung 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. Certificategebühr verrechnet. Die volle Seminar- resp. Certificategebühr wird verrechnet, wenn die Abmeldung weniger als 30 Werkstage 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 SGMI, Bogenstrasse 7, CH-9000 St.Gallen, 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 über Ihre Anmeldung.
Bitte senden Sie uns den Anmeldebogen 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

Bitte rufen Sie mich an. Ich interessiere mich für:

- Seminare, Programme
- Master, Diplome, Zertifikate
- Management Development
- Management Consulting
- SGMI Alumni

Name _____ Vorname _____

Firma _____

Funktion _____

Telefon _____ E-Mail _____

SGC 24

Wir melden uns für folgende Seminare/Programme an:

Nummer/Datum	Name	Vorname
	Geburtsdatum	
	Firma	
	Strasse	
	PLZ/Ort	
	Telefon	Fax
	E-Mail	Anzahl Beschäftigte
	Branche	Funktion
	Datum	Unterschrift

SGC 24

Wir melden uns für folgende Seminare/Programme an:

Nummer/Datum	Name	Vorname
	Geburtsdatum	
	Firma	
	Strasse	
	PLZ/Ort	
	Telefon	Fax
	E-Mail	Anzahl Beschäftigte
	Branche	Funktion
	Datum	Unterschrift

SGC 24