



# Certified Product Manager

Durch gezieltes  
Aufbautraining zu  
mehr Erfolg und Umsatz

Ihr Trainer:  
Peter Kairies

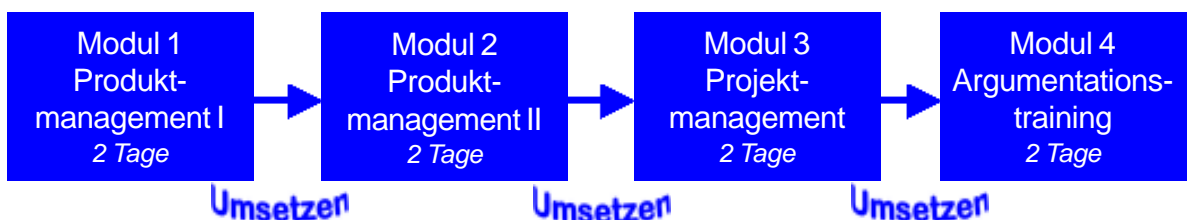
- Welche neuen Tools des modernen Produktmanagements Sie nutzen sollten, um das Umsatz- und Gewinnpotenzial von Produkten besser auszuschöpfen.
- Wie Sie systematisch Anforderungsprofile für internationale Produkte konzipieren.
- Wie Sie Entwicklungszeiten verkürzen und Ihr Produkt im Lifecycle managen.
- Wie Sie die Schnittstellen zu Entwicklung und Vertrieb sicher in den Griff bekommen.
- Wie Sie sich sinnvoll entlasten und gleichzeitig effizienter werden.
- Wie Sie mit knappen Personalressourcen umgehen und zwischenmenschliche Probleme im Team souverän überwinden.
- Wie Sie Vertrieb und Kunden mit Produktpräsentationen begeistern und Einwände gelassen entkräften.
- Wie Sie durch professionelle Kundengespräche Ihre Wirkung und Ihren Erfolg als Produktmanager multiplizieren.

**8** - tägiger Intensiv-Lehrgang

zum Produktmanager

mit Abschluss „Certified Product Manager MSC“

Das Intervalltraining sichert die Umsetzung in die Praxis



Training und Tools für Ihren Erfolg

## Praxis und Arbeitstechniken des Produktmanagements - Teil 1

## Praxis und Arbeitstechniken des Produktmanagements - Teil 2

### 1. Warum die Bedeutung des Produktmanagements weiter zunimmt. Welche Stellung hat das PM im Unternehmen?

- Innovationstempo und marktgerechte Produkte als kritische Erfolgsfaktoren
- Organisationsformen, Vor- und Nachteile
- Anforderungen, Aufgaben, Prozesse, Kompetenzen

2+2 Tage  
Intervall-  
Training

### 2. Schlüsselfaktoren für den Erfolg neuer Produkte.

- Ergebnisse neuester Studien

### 3. Wie Sie wichtige Informationen über Markt, Kunden, Wettbewerb und Produkte beschaffen. Wie Sie rechtzeitig neue Markt- und Technologietrends, Wettbewerbs- und Umfeldbedingungen erkennen.

- Methoden der Markt- und Wettbewerbsforschung
- Benchmarking, Desk- und Fieldresearch
- Einbinden von Vertrieb/Service als "Marktforscher"
- Nutzung von Internet und Online-Datenbanken
- Kundenproblem- und Trendanalysen

### 4. Wie Sie Markt- und Wettbewerbsanalysen erstellen.

- Methoden, Techniken und Tools
- Stärken-Schwächen-Analysen, SWOT-Matching
- Potenzialanalysen
- Bewertung von Key-Buying-Factors
- Produkt- und Marktlebenszyklusanalysen (PLCM)
- Verwenden von Portfoliomethoden
- Anlegen von Applikationssammlungen
- Marktsegment-Potenzialanalysen
- Aufbau einer Konkurrenz-Datenbank (ComData)
- PC-gestützte Markt- + Wettbewerbsanalysen (PM-Tools)

### 5. Wie Sie neue Produktideen finden. Wie Sie Anforderungsprofile für innovative Produkte erstellen. Was muss das Pflichtenheft enthalten?

- Innovationsworkshops
- Produktdefinitions-Prozess, Anforderungsmanagement
- „Stückzahlen“ für den Business-Case abschätzen
- Aufbau, Inhalt, Checklisten, Beispiele für Anforderungsprofile und Pflichtenhefte

### 6. Tipps für erfolgreiches Variantenmanagement.

### 7. Wie Sie die Erfolgsaussichten neuer Produkte bewerten.

- Qualitative Kriterien, Return on Invest-Rechnung
- Innovationsportfolio
- Beispiel: PC-gestützte Bewertung mit INNOplan®

### 8. Entwicklungszeiten verkürzen und Entwicklungskosten senken - aber wie?

- Marktorientierte Vorbereitung von Produktentwicklungen
- Typische Entwicklungsfehler und deren Auswirkungen
- Die Rolle des PMs im Entwicklungsprozess

### 9. Visualisierung von Produkt-Roadmaps.

- Markt-/Produkt-/Technologie-Roadmap

### 10. Arbeits-, Präsentations- und Managementtechniken für Produktmanager.



### 1. Erfolgsberichte der Teilnehmer.

### 2. Wie Sie produktbezogene Aktivitäten erfolgreich koordinieren.

- Zusammenarbeit mit Vertrieb, Entwicklung und anderen Abteilungen
- Abbau von Schnittstellenkonflikten

### 3. Wie Sie neue Produkte in internationale Märkte einführen.

- Strategische Aspekte
- Markteinführungsplan, Budgetierung
- Aktivitäten und Checklisten

### 4. Instrumente des Marketing-Mix gezielt nutzen.

- Produkt- und Programmpolitik
  - Systematische Programmbereinigung
  - „Anti-Bauchladen-Denken“
- Preispolitik, Preisfindung und -strategien
- Distributionspolitik
- Kommunikationspolitik
- Dienstleistungspolitik
  - Besonderheiten beim Vermarkten von Dienstleistungen

### 5. Wie Sie Produkte zielgruppengerecht und wirkungsvoll darstellen und präsentieren. Wie Sie überzeugender argumentieren als Wettbewerber.

- Erstellen einer Masterargumentation
- Vorstellung neuer Produkte vor Vertrieb und Kunden
- Zielgruppenbezogen überzeugen mit der Argumentationspyramide
- Möglichkeiten der Visualisierung
- Moderne Tools und Argumentationstechniken
  - EVN-Technik, Argumentegenerator
  - 3E-Methode, 5-Satz-Technik
  - Cost of Ownership

### 6. Wie Sie Absatzchancen für Produkte verbessern.

- Marketingkonzepte planen und durchsetzen
- Marktsegmentierung und Segmentpotenzialermittlung
- Key-Account-Management, Branchenmanagement
- Sofortmaßnahme Produkt-Promotion-Programm
- Kundenzufriedenheit, Kundenbindung

### 7. Wie Sie die Marketing-Performance steigern.

- Überzeugende Printmedien
- Briefing zur Erstellung von Prospekten und technischen Dokumentationen
- Verwendung von Nutzenbotschaften, USPs
- Internetauftritt, Multimedia
- Pressemitteilungen und Fachartikel
- Grundregeln für erfolgreiche Werbeanzeigen
- Tipps rund um die Messe
- Launch-Package, Verkaufsförderung, Beispiele

### 8. Wie Sie Produkt-Markt-Strategien entwickeln.

### 9. Wie Sie Produkte outphasen.

- Meilensteine, Aktivitäten, Durchführung

### 10. Controlling-Aufgaben im Produktmanagement.

## Projektmanagement für Produktmanager - 1. Tag

- 1. Warum Führungskompetenz der Erfolgsfaktor Nr. 1 ist.**
  - Fehler, die Sie unbedingt vermeiden sollten
- 2. Zehn Merkmale, die erfolgreiche Projekte gemeinsam haben.**
  - Analyse der Erfolgsursachen
- 3. Wie Sie Projektziele richtig definieren.**
  - Markt- und Kundenbedürfnisse
  - Anforderungsprofil, Lastenheft und Pflichtenheft
  - Priorisieren von Projekten mit **INNOplan**
- 4. Zielgerichtete Aufgabenverteilung im Team.**
  - Worauf Sie besonders achten sollten
- 5. Der Projektleiter.**
  - Anforderungen, Aufgaben, Kompetenzen
  - Gleichzeitiges Führen mehrerer Projekte
- 6. Der erste Meilenstein zum Erfolg.**
  - Projektstart und Kick-off-Meeting
- 7. Welche Techniken der Projektplanung und Durchführung Sie nutzen sollten.**
  - Phasen und Meilensteine
  - Beispiele: Produktentwicklung, Kundenprojekt, Softwareprojekt
  - Stage-Gate-Prozess
  - V-Modell
  - Ressourcenplanung, Gantt, PERT, PSP
  - Umgang mit Terminverschiebungen
- 8. Was Sie auf keinen Fall vernachlässigen sollten.**
  - Effiziente Kommunikation
  - Projektdokumentation und Reporting
  - Projektcontrolling
- 9. Wie Sie Kosten, Ressourcen und Termine realistisch einschätzen und einhalten.**
  - Kosten- und Aufwandsschätzung im frühen Stadium
  - Produkt- und Projektkalkulation
  - Target Costing, Target Pricing
  - Return on Invest (ROI)
  - ABC-Analyse und Wertanalyse
- 10. Wie Sie sich mit der Risikoanalyse vor Überraschungen schützen.**

### Ursachen für Projekt-Katastrophen

- Mangelndes Fachwissen
- Technische Gründe



## Projektmanagement für Produktmanager - 2. Tag



- 1. Die Psychologie des Führens.**
  - Ihr persönliches Projektleiterprofil
  - Delegieren und Entlastung schaffen
  - Natürliche Autorität und Akzeptanz erzeugen
  - Durchsetzen ohne Weisungsbefugnis
- 2. Wie Sie Ihre Führungspersönlichkeit weiterentwickeln.**
  - Erfolgsjournal
  - Umsetzungshilfen
- 3. So führen Sie Ihr Team zu Spitzenleistungen.**
  - Auswahl, Zusammensetzung von Teams
  - Anwendung des Gehirnmodells (HDI)
- 4. Projektdurchlaufzeiten verkürzen.**
  - Wie Sie die Effizienz im Projektteam steigern
- 5. Das gelungene Meeting.**
  - Welche Spielregeln Sie für Projektmeetings unbedingt beherzigen sollten
  - Verbessern Sie Ihre Meetingkultur
- 6. Wie Sie mit Online-Protokollen viel Zeit sparen.**
- 7. Wie Sie Projektmeetings professionell moderieren.**
  - Erfolgsregeln der Moderation
  - Checklisten und Fragetechniken
- 8. Wie Sie Ihr Team und sich selbst motivieren.**
  - Umgang mit Motivatoren und Druck
- 9. Wenn die Ideen fehlen: Kreativtechniken, die garantiert helfen.**
  - Übersicht
  - Welche Kreativtechniken lassen sich wofür einsetzen
- 10. Umgang mit kritischen Situationen und schwierigen Teammitgliedern.**
  - So reagieren Sie als Projektleiter souverän
- 11. Abschluss und Erfahrungssicherung von Projekten.**
- 12. Benchmarking : Von den Besten lernen.**
  - Zusammenfassung der wichtigsten Erfolgsregeln

- Führungsschwäche
- Unzureichende Methodik
- Zwischenmenschliche Schwierigkeiten
- Mangelnde Entschlusskraft

## Argumentationstraining für Produktmanager

### 1. Die Rolle des Produktmanagers im Kontakt mit Kunden und dem Vertrieb

- Know-how für die erfolgreiche Kommunikation
- Eigene Potenziale erkennen



### 2. Überzeugende Argumentation.

- Identifizieren der Key-Buying-Factors
- EVN-Technik, USP/Added Value
- Nutzenbrücke, Visualisierung, Beweis
- 5-Satz-Technik, Argumente-Generator
- Aufbau von Argumentations-Charts

### 3. Produkt-Präsentationen, die den Vertrieb begeistern.

- Gliederung, Didaktik, Dramaturgie
- Schulung von Vertriebsmitarbeitern
- Internationales Marketing- und Sales-Meeting
- Präsentation vor Händlern und Endkunden  
(Die Gliederungen der Präsentationen erhalten Sie als Powerpoint-Vorlage)

### 4. Mit Fragetechniken Anforderungen und Bedürfnisse identifizieren.

- Wer fragt, der führt
- Von der Überraschungsfrage bis zu Ja-Fragen-Straße
- Anwendung der 14-Fragen-Tool-Box

### 5. Interviews von Kunden und Konkurrenten.

- Telefonleitfaden
- 3-Stufen-Methode zum Ausfragen von Wettbewerbern

### 6. Wie Sie professionelle Kundengespräche führen.

- Verschiedene Gesprächstypen, Erwartungen der Kunden
- Praxisgerechte Vorbereitung und Motivation
- Psychologische Wirkungsmechanismen
- Möglichkeiten der Gesprächseröffnung
- Interviewphase
- Argumentations- und Demonstrationsphase
- Abschlusstechniken

### 7. Verhalten auf der Messe.

- Im Kundengespräch
- Gegenüber Konkurrenten

### 8. So verhalten Sie sich bei Einwänden und Reklamationen souverän.

- Psychologie des richtigen Verhaltens
- Wie Sie gelassen bleiben
- 15 Techniken der Einwandenträchtung
- Reaktion bei unfairen Angriffen

### 9. Umgang mit schwierigen Gesprächspartnern.

- Kundentypen und ihr Verhalten
- Die passende Strategie

### 10. Wie Sie Ihre Wirkung gegenüber Kunden, Entscheidern und dem Vertrieb steigern.

- Persönliches Erfolgsprogramm



Power-Prinzip

Zahlreiche Produktmanager, Marketing-, F&E-Leiter und andere Führungskräfte aus namhaften Unternehmen haben an firmeninternen oder offenen Trainings mit Peter Kairies begeistert teilgenommen: 1&1 Internet AG, ABB, ACTS, ADC Krone, AEG, Alcatel, Amphenol Tuchel, Angiomed, Applied Materials, Arcor, Ascom, Atmel, Balluff, Balzers, Barksdale, BAUMER, Benzing, Big Dutchman, Biotronik, Böllhoff, BOSCH, Brugg, Bürkert, Canon, CIBA, Claas, Daimler, Dätwyler, Dell, DEGUSSA, Dentsply, DEUTSCHE BANK AG, Dornier, Deutz AG, EADS, Elaxy, Eppendorf, Epson, Festo, Georg Fischer, Forschungszentrum Karlsruhe, Frankotyp Postalia, Carl Freudenberg, Friadent, FRIATEC, Galileo, Geberit, Giesecke & Devrient, Gira, Gossen, Grundfos, Harting, Heidelberger Druckmaschinen, HERAEUS, Hella, Hewlett Packard, HIRSCHMANN, Honeywell, Huber & Suhner, Institut für Mikrotechnik, Jetter AG, Kathrein Werke, Keba, KENDRO, Knauf, Knorr-Bremse, Kontron Elektr., Kopp, KSB, Kuka, Landis, Lenord Bauer, LEICA, LEITZ, Lenze, Leoni, Linotype AG, Lumberg, Lucas-Nülle, Lust, Mage Solar, Matsushita, MED-EL, MESSER Griesheim, Metabo, Micro-Epsilon, MINOLTA, MOELLER, MOTOROLA, Multi-Contact, Murrelektronik, Oerlikon, OKI, OLYMPUS, Pepperl + Fuchs, Perkin Elmer, Philips, Phoenix Contact, Pilz, Prominent, Rexroth, Rittal, RODENSTOCK, ROHDE & SCHWARZ, ROTO FRANK, Sagem Orga, SAP, Sartorius AG, Schlumberger Technologies, Schott, SEW Eurodrive, SHELL, SIEMENS, SMA, Solarworld, STIHL, Swisscom, tectis, Thorn Licht, Tiptel, Toshiba, Trilux, Tyco Electronics, Unilux, Vaillant, Viega, Viessmann, Vishay, Viterra, WashTec, Wavetek, Web.de, Weidmüller, Westfalia Separator, Wieland, WIKA, Wincor Nixdorf GmbH, Würth Solar, Carl ZEISS, Zumtobel Staff, u.v.m.

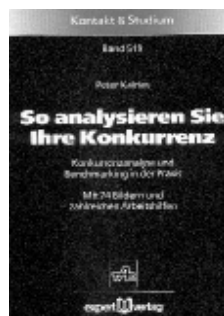
Seminarbeurteilungen von Teilnehmern finden Sie unter [www.peterkairies.de/testimonial.htm](http://www.peterkairies.de/testimonial.htm)

## VERÖFFENTLICHUNGEN DES REFERENTEN



### Professionelles Produktmanagement für die Investitionsgüterindustrie

9. völlig überarbeitete Auflage 2009  
Expert-Verlag, Renningen  
ISBN 3-8169-2923-9



### So analysieren Sie Ihre Konkurrenz

8. neu bearbeitete Auflage 2008  
Expert-Verlag, Renningen  
ISBN 3-8169-2849-2



### Moderne Führungsmethoden für Projektleiter

3. Auflage 2008  
Expert-Verlag, Renningen  
ISBN 3-8169-2848-5

## 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 und F&E

## REFERENT / TRAINER

**Peter Kairies** gilt als einer der renommiertesten Trainer im Produktmanagement. Dipl.-Ing., Studium der Verfahrenstechnik und Wirtschaftswissenschaften.



14 Jahre Industriepraxis in leitenden Positionen in Marketing, Produktmanagement und Vertrieb. 19 Jahre Trainererfahrung. Mehr als **21.000 Teilnehmer**, davon **etwa 9.000 Produktmanager** haben seine Seminare besucht. Er coacht und trainiert Fach-

und Führungskräfte in namhaften Unternehmen in den Bereichen Produktmanagement, Konkurrenzanalyse und Projektmanagement. Zahlreiche Veröffentlichungen

Unter anderem Autor folgender Bücher: "Professionelles Produktmanagement für die Investitionsgüter-Industrie" (ISBN 3-8169-2923-9) und „So analysieren Sie Ihre Konkurrenz“ (ISBN 3-8169-2697-5)

## ZUM SEMINAR

Das MSC-Seminar „Certified Product Manager“ ist ein Intervall-Training. Es besteht aus vier Trainingsblöcken von jeweils zwei Tagen. Der Abstand zwischen den Trainings dient zur gezielten Anwendung "on the job".



**Damit wird sichergestellt, dass Sie das Gelernte sofort in die Praxis umsetzen können.**

Das MSC-Training eignet sich ideal zum fundierten Einstieg in die Arbeitstechniken des modernen Produktmanagements. Aber auch "alte Hasen" erhalten wertvolle Impulse, Hilfen und Tools für die Praxis.

**Zur Kernkompetenz des Produktmanagers zählt neben der souveränen Handhabung von Tools und Techniken auch der sichere und professionelle Umgang mit Kunden und dem internationalen Vertrieb, vor allem in kritischen Situationen.** Im Argumentationstraining erkennen Sie Ihre Stärken und Verbesserungspotenziale. Sie erlernen Techniken der Verkaufsrhetorik und trainieren intensiv Ihr Verhalten. Sie verbessern Ihr Auftreten und steigern nachhaltig Ihre Kommunikationskompetenz. Sie werden künftig im Umgang mit Kunden und Vertriebsmitarbeitern souverän und noch überzeugender wirken.

**Methodik:** Referate, Einzel- und Gruppenarbeit, Beispiele "Wie machen es andere", Fallstudien, Arbeiten mit praxiserprobten Tools und Checklisten, Präsentationen durch die Teilnehmer, Übungen mit Videoanalyse, Diskussionen, Erfahrungsaustausch.

## ORT / BEGINN / ENDE

NH Heidelberg (ehem. ASTRON), 69115 Heidelberg, Bergheimer Str. 91

**Jew. 1. Tag. Beginn: 9.00 Uhr, Ende: ca. 18.00 Uhr**

**Jew. 2. Tag. Beginn: 9.00 Uhr, Ende: 16.30 Uhr**

## IHR BEITRAG ZUM UNTERNEHMENSERFOLG

Wer auf dem Markt überleben will, braucht innovative und vor allem **erfolgreiche Produkte**. In meiner langjährigen Praxis als Berater, Trainer und Coach habe ich mehr als 9.000 Produktmanager trainiert und über 140 erfolgreiche Unternehmen analysiert, darunter auch Firmen mit weltweiter Spitzenposition. Auf der Suche nach den **Regeln der Erfolgreichen** stieß ich schon sehr früh auf den Erfolgsfaktor „Produktmanagement“. Das Erstaunliche: Alle besonders erfolgreichen Unternehmen hatten eines gemeinsam. Sie waren nicht nur überdurchschnittlich markt- und kundenorientiert, sondern verfügten über ein sehr gut funktionierendes Produktmanagement. Solche Unternehmen mit einem **professionellen Produktmanagement** wachsen schneller und erwirtschaften höhere Erträge als ihre Wettbewerber. Der Produktmanager denkt und arbeitet wie ein Unternehmer im Unternehmen. Er ist die treibende Kraft, um aus Marktbedingungen ertragsstarke Produkte zu generieren. Der Produktmanager ist als *Sub-Unternehmer* für die Koordination produktbezogener Maßnahmen verantwortlich, d.h. auch Abstimmung zwischen den Abteilungen F&E, Marketing, Vertrieb und Produktion. **Seine Bedeutung wächst, aber auch die Anforderungen an ihn.** Seine Qualifikation und sein Wirkungsgrad entscheiden wesentlich über den Erfolg oder Misserfolg der ihm anvertrauten Produkte. Der Produktmanager leistet einen sehr bedeutenden Beitrag zur **Zukunftssicherung des Unternehmens**. Die Erfahrung vieler Trainings zeigt, wie wichtig, aber auch kritisch, das Übertragen des Gelernten in die PRAXIS ist: Das MSC-Training legt besonderen Wert auf Praxisnähe und Verwertbarkeit. **Es schlägt die Brücke vom "WISSEN zum TUN".**

## LEISTUNGEN / GEBÜHREN

Die Teilnehmergebühr für **alle vier Trainingsblöcke** von jeweils zwei Tagen beträgt 3.165,- Euro zuzügl. gesetzl. MwSt.

In der Gebühr sind enthalten:

- 8 Tage Seminar/Training
- Seminarunterlagen
- Checklisten und Mustercharts
- Powerpoint-Vorlage für Roadmaps, u.v.m
- Projektmanagement-Checklisten
- Demo-CD INNOplan für Windows
- Softwarevorführung
- 8 Mittagsmenüs und Konferenzgetränke
- auf Wunsch gemeinsames Abendprogramm

Bei erfolgreicher Teilnahme an diesem Lehrgang erhalten Sie die Bescheinigung „Certified Product Manager MSC“.

## ANMELDUNG / INFORMATION

✉ Schriftlich

**MSC Management Seminar Center GmbH**

Kurfalzstr. 114

D - 74889 Sinsheim

07261 4727

07261 5876

www.peterkairies.de

☎ Telefonisch

☎ Telefax

## 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.

## ZIMMERRESERVIERUNG / ANREISE

Unsere Seminare finden in ausgesuchten Hotels gehobener Klasse statt. Sonderpreise für Übernachtungen auf Grund bestehender Vereinbarungen geben wir an unsere Teilnehmer weiter. Auf Wunsch nehmen wir für Sie die Zimmerreservierung im o. g. oder in einem alternativen Hotel einer anderen Preisklasse auf Ihren Namen vor. Mit der Anmeldebestätigung erhalten Sie eine Anfahrtsbeschreibung.

