



Strategisches Produktportfolio- Management

NEU

Methoden, Tools, praktische Umsetzung

1-tägiges
Kompaktseminar

Ihr Trainer:
Peter Kairies

Praxisbeispiele:
Andre Czarnetzki

- Wie Sie systematisch Ihr internationales Produktprogramm analysieren
- Welche Methoden, Tools und Kennzahlen Ihnen helfen, die richtigen Rückschlüsse aufzuzeigen
- Wie Sie mit einer „Schlankheitskur“ Überschneidungen vermeiden und unnötige Komplexitätskosten reduzieren
- Wie Sie Programmlücken identifizieren und die Produktroadmap entwickeln
- Wie Sie Ihr Portfolio nutzen, um sich von Wettbewerbern abzuheben
- Wie Sie mit der richtigen Portfoliostrategie das Umsatz- und Ertragspotenzial nachhaltig verbessern
- Wie Sie mit Hilfe eines modularen Baukastensystems internationale Anforderungen besser in den Griff bekommen
- Wie Sie einen Produktauslaufprozess generieren, der in der Praxis wirklich funktioniert

SPPM: Die Anti-Bauchladen-Strategie

Gestalten Sie ein strategisch ausgerichtetes Produktportfolio. Reduzieren Sie Komplexitätskosten. Schaffen Sie mit Ihrem Produktportfolio eine signifikante Wettbewerbsdifferenzierung. Bewirken Sie im internationalen Vertrieb mehr Motivation und Engagement für Ihr Produktprogramm. Erzielen Sie nachhaltiges Umsatzwachstum bei gleichzeitig guten Erträgen.

Für:

- Produktmanager
- Produktportfolio-Manager
- Business Development Manager
- Industriesegmentmanager / Branchenmanager
- F&E-Leiter
- Business Unit Leiter

Gestalten Sie aktiv Ihr Produkt- und Dienstleistungsprogramm

Training und Tools für Ihren Erfolg

Zahlreiche Produktmanager, Marketing-, F&E-Leiter und andere Führungskräfte aus namhaften Unternehmen haben an firmeninternen oder offenen Produktmanagement-Trainings mit Peter Kairies begeistert teilgenommen, z.B.: 1&1 Internet, ABB, ADC Krone, Alcatel, Amphenol Tuchel, Applied Materials, Arcor, Ascom, Atmel, Balluff, Balzers, BAUMER, Big Dutchman, Biotronik, Böllhoff, BOSCH, Bosch und Siemens Hausgeräte, Brugg, Bürkert, Canon, CIBA, Claas, Daimler, Dell, DEGUSSA, Dentsply, Dornier, Deutz, EADS, Elaxy, 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, Kathrein Werke, Keba, KENDRO, Knauf, Knorr-Bremse, Kontron Elektr., KSB, Kuka, Landis+Gyr, Lenord Bauer, LEICA, LEITZ, Lenze, Leoni, Linotype, Lumberg, Lucas-Nülle, Mage Solar, MED-EL, Messer Griesheim, Metabo, Micro-Epsilon, MINOLTA, Multi-Contact, Murrelektronik, Oerlikon, OLYMPUS, Pepperl+Fuchs, Philips, Phoenix Contact, Pilz, Prominent, Rexroth, Rittal, ROHDE & SCHWARZ, ROTO FRANK, Sagem Orga, SAP, Sartorius, Schlumberger Technologies, Schott, SEW Eurodrive, SIEMENS, SMA, Solarworld, STIHL, Swisscom, tectis, Toshiba, Trilux, Tyco Electronics, Unilux, Vaillant, Viega, Viessmann, Vishay, WashTec, Wavetek, Web.de, Weidmüller, Westfalia Separator, Wieland, WIKA, Wincor Nixdorf, Würth Solar, Carl ZEISS, Zumtobel Staff u.v.m. **Seminarbeurteilungen** von Teilnehmern finden Sie unter www.peterkairies.de/testimonials

Einfach und schnell – Fax: +49 (0) 7261 -58 76

ANMELDUNG

Strategisches Produktportfolio-Management

- 24. April 2019 NH Heidelberg
- 12. Juni 2019 NH Heidelberg
- 13. Dezember 2019 NH Heidelberg



Neu: Toolbox
für strategisches
Portfolio-Management
inklusive

HOTELRESERVIERUNG

Bitte reservieren Sie für mich im o.g. Hotel:

- 1 Einzelzimmer
- 1 Doppelzimmer

Anreisetag - Abreisetag

Informieren Sie mich bitte auch über:

Seminare und Tagungen:

- 8-Tage-Lehrgang „Certified Product Manager“
- Tooltraining für Produktmanager
- Argumenationstraining für Produktmanager
- Effizientes Anforderungsmanagement
- Business Development Management
- Moderne Führungsmethoden für Projektleiter
- MSC-Jahrestagung für Produktmanager
- Produktmanagement-Excellence

Tools für Produktmanager:

- MSC-Praxistoolbox für Produktmanager

Name

Firma

Abteilung/Funktion

Straße

PLZ, Ort

Tel.-Nr.

E-Mail

Die Teilnehmergebühren in Höhe von 840.- Euro zzgl. gesetzl. MwSt. überweisen wir nach Erhalt der Rechnung.

Datum Unterschrift

Ihre Ansprechpartnerin: Frau Cornelia Saam
MSC Management Seminar Center GmbH | Kurpfalzstraße 114 | D-74889 Sinsheim
Tel: +49 (0) 7261 4727 | Fax: +49 (0) 7261 5876 | kairies-beratung@t-online.de

www.peterkairies.de

ZIELGRUPPE

Unternehmen der Investitionsgüterindustrie, Unternehmen, die technische oder beratungsintensive Produkte herstellen und/oder vertreiben, Software- und Dienstleistungsunternehmen. Mitarbeiter und Leiter aus Produktmanagement, Produktportfolio-Management, Business Development Management, Industriesegmentmanager / Branchenmanager, F&E-Leiter, sowie Leiter Business Unit.

TEILNEHMER

- Produktmanager
- Produktportfolio-Manager
- Business Development Manager
- Industriesegmentmanager / Branchenmanager
- F&E-Leiter
- Business Unit Leiter

LEISTUNGEN / GEBÜHREN

Die Teilnehmergebühr für das 1-tägige Kompaktseminar beträgt 840.- Euro zzgl. gesetzl. MwSt.

In der Gebühr sind enthalten:

- ☑ 1 Tag Seminar/Training
- ☑ Seminarunterlagen
- ☑ Basistoolbox (Templates & Tools für strategisches Portfoliomanagement)
- ☑ 1 Mittagsmenü und Konferenzgetränke

SEMINARORT / SEMINARZEITEN

NH Heidelberg
Bergheimer Str. 91
69115 Heidelberg

9.00 bis ca. 17.00 Uhr

ANMELDUNG / INFORMATION

MSC Management Seminar Center GmbH
Kurfalzstr. 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. 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.

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.

Strategisches Produktportfolio-Management (SPPM)

1. Warum die Bedeutung von strategischem PPM weiter zunimmt

- Was ist Strategisches Produktportfolio-Management?
- Warum ist SPPM unerlässlich
- Ziele des SPPM
- Nutzen von SPPM
- Aufgaben, Verantwortlichkeiten, Rollen, Schnittstellen
- Prozesse und Überblick über Vorgehensweisen

2. Wie Sie das bestehende Portfolio auf den Prüfstand stellen

- Die Leitplanken: Unternehmensziele und Strategie
- Überblick über Markt und Wettbewerbssituation
- Zielgruppenfokus (MSIA, MSPA)
- Welche Trends sind zu berücksichtigen?

3. Sinnvolle Tools und Kennzahlen. Beurteilung der Praxisrelevanz

- ABC Analyse (Absatz/Umsatz, DB)
- Umsatz-DB-Diagramm
- Produkt-Lifecycle-Analyse
- Intelligentes Pricing
- Identifikation von Nulldreher und Exoten
- Variantenanalyse
- Funktionenanalyse (welche Funktionen werden von welchen Produkten abgedeckt?)
- Programmüberlappungen
- Auslaufliste
- SWOT und GAP-Analyse
- Umfeld-Trend-Analyse (PEST)
- Markt-Technologie-Szenario
- Gleichteilestrategie/Modularer Baukasten
- Portfolio Strategie: GE Portfolio (Marktattraktivität – Wettbewerbsstärke) u. a.
- Steuerung der Maßnahmen über die 6P-Box
- Produkt-Roadmap

4. Durchführungsstrategie, Genehmigung und Voraussetzungen. Produktroadmap und Verantwortlichkeiten

5. Das Produktportfolio überwachen und aktiv steuern

Toolbox mit Templates

in Excel, Word und Powerpoint zu allen wichtigen Aufgaben der strategischen Portfolioanalyse

- ✓ Sofort nutzbare Methodenkompetenz
- ✓ Analysen und Ergebnisse beeindruckend präsentieren
- ✓ Zeit sparen durch strukturiertes und kompetentes Vorgehen
- ✓ **Neu:** Portfolio-Analysen „automatisch“ in Excel erstellen
- ✓ **Neu:** Per „Klick“ Diagramme in Powerpoint zeichnen lassen

6. Reduzierung von Komplexitätskosten durch Einführung eines Entwicklungsbaukastens

- Ausgangssituation
- Identifizieren der Komplexität im Produktportfolio
- ABC Analyse: „Volumenprodukte“ **Praxisbeispiel Andre Czarnetzki**
- AUD Analyse
- Architektur des Entwicklungsbaukastens: Gleichteile-Strategie. Funktionsbausteine
- Reduzierung von Teilenummern
- Ersatz von Vorgängerprodukten
- Auswirkung, Ergebnisse und Lessons Learned

7. Portfoliogestaltung durch konsequente Produktbereinigung

- ABC Analyse: „Wenigdreher und Nulldreher“, Baugrößen und Merkmale **Praxisbeispiel Andre Czarnetzki**
- Überschneidungen
- Bereinigungsszenario und Regeln
- Vorgehensweise und Erkenntnisse

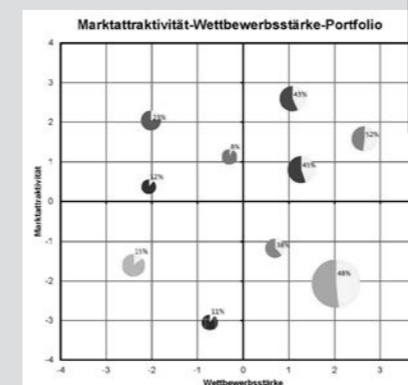
8. Aufbau eines funktionierenden Produkt-Auslaufprozesses zur kontinuierlichen Portfoliobereinigung

- Motivation **Praxisbeispiel Andre Czarnetzki**
- Problemstellung
- Erfahrungen mit Kundenerwartungen
- Zusammensetzung des Teams
- Die 5 Phasen des Auslaufprozesses
- Beispiel: Produkt Auslauf Prozess
- Erfahrungen und Tipps für die Umsetzung

9. Das 10 Schritte-Programm für die Umsetzung

- Durchführen von Produktportfolio-Projekten
- Tipps und Motivation für die Umsetzung

10. Zusammenfassung und Feedback



Neu:
„Automatisch“ Portfoliodiagramme erstellen und per Klick in Powerpoint exportieren.

REFERENT / TRAINER



Peter Kairies gilt als einer der renommiertesten Trainer im Produktmanagement. Diplom-Ing., Studium der Verfahrenstechnik und Wirtschaftswissenschaften. 14 Jahre Industriepraxis in leitenden Positionen in Marketing, Produktmanagement und Vertrieb.

Über 20 Jahre Trainererfahrung. Mehr als **28.000 Teilnehmer**, davon

etwa **16.000 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 Investitionsgüterindustrie“, „So analysieren Sie Ihre Konkurrenz“ und „Moderne Führungsmethoden für Projektleiter“.

REFERENT / PRAXISBEISPIELE



Andre Czarnetzki studierte Maschinenbau und Wirtschaftsingenieurwesen und verfügt über 25 Jahre Praxiserfahrung in den Bereichen Vertrieb, Produktmanagement und Entwicklung. Ein Schwerpunkt seiner beruflichen Tätigkeit liegt in der Automatisierungstechnik u. a. bei der Firma Festo.

Er hat umfangreiche Erfahrung mit dem Thema Portfoliomanagement gesammelt. An Themen wie Auslaufprozess, Entwicklungsprozess oder Entwicklungsbaukasten hat er während seiner Berufstätigkeit über zwei Jahrzehnte gearbeitet und mehrfach in unterschiedliche Unternehmen verantwortlich implementiert.

Seit einigen Jahren ist er als Trainer und Berater in verschiedenen Industrieunternehmen sowie als Lehrbeauftragter an der Hochschule Esslingen tätig. Er berät und unterstützt Firmen beim Aufbau eines Portfoliomanagements.

IHR BETRAG ZUM UNTERNEHMENSERFOLG

Innovation ist gut. Neue Produkte bringen zusätzlichen Umsatz. Wer aber sein Produktportfolio ausufern lässt, ohne aktiv auf eine ausgewogene Struktur zu achten, wird langfristig mit erheblichen Problemen konfrontiert werden. Steigt der Umsatz, nimmt auch gleichzeitig die Anzahl von Teilenummern und Varianten und damit die Komplexität des Produktportfolios zu. Die Folge: Unerwünschte Kostensteigerungen für Produktpflege und Produktion, für den Vertrieb eine unüberschaubare Variantenvielfalt, lange Lieferzeiten sowie schrumpfende Erträge.

Ziel des Seminars ist es, Wege und praktische Beispiele aufzuzeigen, wie Sie ein strategisch ausgerichtetes Produktportfolio gestalten, das überschaubar und beherrschbar ist, Komplexitätskosten konsequent reduziert und damit nachhaltig Umsatzwachstum mit guten Deckungsbeiträgen ermöglicht. Verpassen Sie Ihrem Produktportfolio eine „Schlankheitskur“. Vermeiden Sie Produktüberschneidungen, eliminieren Sie „Nulldreher“ und schaffen Sie, wo es einzelne Produkte nicht mehr ermöglichen, signifikante Wettbewerbsvorteile durch ein strategisch durchdachtes Produktportfolio.

METHODIK

Vorstellung und Erläuterung der praktischen Vorgehensweisen und Tools. Kurze Gruppenarbeiten. Präsentation durch Teilnehmer. Best Practice-Beispiele, „wie machen es andere“, Erfahrungsaustausch.