

Einzelcoaching: Produktmanagement für Medizinprodukte

Inhalte und Übungen abgestimmt auf Ihr Produkt und Ihre Zielgruppen (Stand 2021)

Zielgruppen

- Starter im Produktmanagement, die zum ersten Mal ein/e Produkt/Produktgruppe verantworten und vorher in einer anderen Abteilung (z.B. R&D, Marketing, Service) tätig waren
- Produktmanager*innen, die bereits ein/e Produkt/Produktgruppe verantworten und nun ihre Prozesse und Tools professionalisieren wollen

Seminarbeschreibung

Als Produktmanager*in benötigen Sie Know-how und Techniken, um Ihr Medizinprodukt bzw. Ihre Produktgruppe erfolgreich planen und im Markt positionieren zu können. Um das online motivierend und einprägsam zu vermitteln, beinhaltet das Seminar zahlreiche interaktive Workshops und Übungen, die ich mit dem Kollaborationstool Conceptboard durchführe. Sie bearbeiten sukzessive Ihren Produkt-Marketing-Plan, der eine fundierte SWOT-Analyse - ergänzt um ein Business-Modell-Canvas – enthält. Zudem formulieren Sie konkrete Ziele für alle relevanten Marketing-Instrumentarien und die jeweilig passenden Strategien dazu. Ihr somit aufgebautes On- und Offline-Marketing-Mix bildet die Basis für eine zielgruppengerechte Kundenansprache und eine gelungene Markteinführung. Sie lernen agile Techniken zum Thema "Customer Insights" kennen, die Ihnen und Ihren Schnittstellenpartnern eine kundenzentrierte Denkweise vermitteln und so innovative Ideen zur Produkt- und Servicedifferenzierung entstehen lassen.

Seminarinhalte

Themenblock 1: Aufgaben – Organisation - Prozesse

- Wichtige Aufgaben und agile Tools für Ihr Schnittstellenmanagement
- Prozesse im Produktmanagement (Produktmarketing-Strategie, Produktdefinition, Markteinführung)

Themenblock 2: Markt-/Unternehmens- und Produktanalyse

- Markt- und Produktsegmentierung
- SWOT-Analyse ergänzt um ein Business Model Canvas für Ihr Produkt
- Analyse-Tools: Marktpotential, Unternehmensumwelt (PESTEL), Trends, Wettbewerb, Branche (five forces), Produkt-Portfolio, Produktlebenszyklus
- Planung und Kontrolle des Produkterfolges
- Übung "Marktanalyse": Untersuchung des eigenen Produktmarktes und des Wettbewerbs anhand ausgewählter Analyse-Tools.

Themenblock 3: Ziele und Strategien

- Wachstums- und Marketingstrategien
- Wettbewerbs- und Differenzierungsstrategien
 - Positionierung
 - Grundnutzen und Zusatznutzen
 - Unique Selling Proposition (USP)
 - Lösungs- und Systemanbieter

- Dienstleistungsmarketing
- Workshop "Kano-Analyse": Strukturierung von Kundenanforderungen anhand Ihres Produktes. Entwicklung von Kundenwerten zu Lösungen.
- Workshop "Produkt-Marketing-Plan": Erarbeitung der Inhalte eines Produkt-Marketing-Plans für Ihr Produkt. Entwicklung von Marketing-Strategien.

Themenblock 4: Marketing und die 7 P's

- Marketing-Definition
- Marketingmix: Die 4 P's und 4 C's, Dienstleistungsmix 3 P's
- Strategien im Marketing-Mix
- Schwerpunkt: Kommunikationsstrategien
 - Corporate Identity
 - Push-/ Pull-Marketing
 - Inbound/ Outbound- Marketing
- Online-Marketing (Corporate Website, SEO, Social Networking)
- Übung „Nutzenorientierte Marketingkommunikation“

Themenblock 5: Customer Insights

- Kundenansprache und Werbewirkung: Customer Insights
 - Buyer Persona/ Buying Center
 - Customer Experience/User Stories
 - Customer Journey und Touchpoint-Management
- Arzt/ Patient/ Einkauf: Effektive Kundenansprache und Werbewirkung
- Übung „On- und Offline-Marketing-Mix“: Verschiedene Customer Journeys und erfolgsrelevante Touchpoints erarbeiten und dafür ein effektives Cross-Media-Mix entwickeln

Themenblock 6: Markteinführung

- Planung der Markteinführung
- Gestaltung des Launch-Packages
- Beispiele wirkungsvoller Kampagnen

Zusatzleistungen

- Feinabstimmung der Seminarinhalte; Zielabfrage; vorbereitende Aufgaben: diese variieren, je nachdem ob der/die Teilnehmer*in im Produktmanagement startet oder das Knowhow professionalisieren möchte (siehe Zielgruppe)
- Technikcheck, ggfs. erste Schritte auf Conceptboard
- Einzelne Themenblöcke werden nach Anfrage vertieft und die Inhalte der Seminardokumentation angepasst
- Ausführliche Seminar-Dokumentation, weiterführende Literatur auf USB, Checklisten, Arbeitsvorlagen
- Nach dem Seminar: Online-Feedbackrunde nach 3 Monaten (wenn gewünscht)
- Sie erhalten zahlreiche Anregungen für eine zukünftig kreative Online-Kommunikation mit Kolleg*innen aus dem In- und Ausland

Methoden

- 20% fachlicher Input, 80% Workshops/Übungen/Interventionen
- Pausen werden individuell vereinbart
- Mit dem Kollaborationstool Conceptboard lassen sich komplexe Themen erlebnisreich und einprägsam vermitteln. Im Zusammenspiel mit zahlreichen Interventionen (Quiz, Spiele, Reflektionstools) wirkt das Seminar auf die Teilnehmer*innen durchgehend motivierend und aktivierend

Dauer

- Die Gesamtdauer der Lerneinheiten sind 12 Stunden, die beliebig auf 2 oder 3 Tage verteilt werden können (z.B. 2 x 6h oder 3 x 4h oder 1x 8h plus 1 x 4h)
- Falls Ihre Themenwahl es zulässt, kann das Seminar auch auf 8 Stunden verkürzt werden. Preise werden dann separat vereinbart.

Organisation Online-Interaktiv Seminar

- Im Online Interaktiv-Seminar arbeitet Frau Triebfürst mit Microsoft Teams und dem Kollaborationstool Conceptboard
- Mehr Informationen zu Ablauf, Organisation, Inhalt und Datenschutz bei Online-Interaktiv-Veranstaltungen finden Sie auf www.medtech-seminare.de/online-interaktiv-veranstaltungen

Kosten

1650,- EUR zzgl. gesetzlich gültiger MwSt.. Darin enthalten sind 12 Lerneinheiten (in Stunden), Vorbereitungen für das Seminar, Seminar-Dokumentation, USB-Stick, Teilnahmezertifikat

Kontakt

Sigrid Triebfürst. medtech-seminare & coaching
Hormersdorfer Str. 29
90587 Obermichelbach
Tel.: 0911-5181947 oder 0151-12416014
Mail: info@medtech-seminare.de

AGB

Die AGBs finden Sie auf <https://www.medtech-seminare.de/agb-geschaeftsbedingungen>