

Produktportfoliomanagement für Medizinprodukte

Ihr Produktportfolio strategisch aufstellen und den Verkaufserfolg effektiv mit Ihren Schnittstellen steuern (Ein-Tages-Seminar, Stand 2022)

Termine: 23.02.; 17.05.; 05.07.; 12.10.; 07.12.2022 (jeweils online-interaktiv)
Inhouse-Termine auf Anfrage möglich

Kurzbeschreibung

Erfahren Sie in diesem Seminar, wie Sie Ihr Produktportfolio strategisch erfolgreich planen und den Verkaufserfolg effektiv mit Ihren Schnittstellen steuern. Für den Produkterfolg ist es wichtig, den Produktmarkt, die Kunden und die Strategien der Wettbewerber kennen und verstehen zu lernen. Dafür wenden Sie im Seminar zahlreiche Analysetools an und entwickeln daraus effektive Strategien für Ihr Produktportfolio. Die Kernprozesse im Produktportfoliomanagement geben Ihnen Orientierung, welche Aufgaben und Schnittstellen in den jeweiligen Phasen höchste Relevanz haben und wie Sie das Zusammenspiel mit allen Stakeholdern optimieren können. Agile Techniken zum Thema "Customer Insights" vermitteln Ihnen eine kundenzentrierte Denkweise und helfen die kundenorientierte Gewichtung Ihrer Produkte im Portfolio richtig einschätzen zu können.

Inhalte

Rolle und Aufgaben im Produktportfoliomanagement (PPM)

- Herausforderungen und generelle Aufgaben im PPM
- Ihre Rolle im Innovations-, Produktstrategie- (Roadmap) und Markteinführungsprozess
- Produktdefinition im Lasten- und Pflichtenheft (Meilenstein-Modell)
- Der Produktmarketingplan: Ihr zentrales Planungsinstrument (*Übung*)

Unternehmensexterne Analyse: Chancen und Risiken

- SWOT-Analyse und die vier strategischen W-Fragen
- Untersuchung des eigenen Produktmarktes und des Wettbewerbs
- Analysetools: Marktkennziffern (Marktpotential), Unternehmensumwelt (PESTEL), Wettbewerb, Branche (Porters Five). (*Übungen*)
- Marktforschung: Informationsquellen, Field- und Desk-Research, Internet, Social Media

Unternehmensinterne Analyse: Stärken und Schwächen

- Business Modell Canvas: Agile Schnellanalyse Ihres Produktangebots, der Unternehmensressourcen und Gewinnchancen. (*Workshop*)
- Produkt-Portfolio-Analyse (BCG-Portfolio, Technologieportfolio, Multifaktor-Portfolio) (*Übung*)
- Produkt- und Marktlebenszyklus

Ziele und Strategien

- Ziele und Strategien für Wachstum (Ansoff) und Wettbewerbsdifferenzierung.
- Differenzierungs- und Positionierungsstrategien
- "Kano-Analyse": Priorisierung von Kundenanforderungen und Chancen zur Wettbewerbsdifferenzierung. (*Workshop*)

- Planung und Kontrolle des Produkterfolgs

Customer Insights

- Gewinnung von Customer Insights (Buying Center, Buyer Personas) (*Übungen*)
- Customer Journey: Kaufprozesse Ihrer Kunden und Entwicklung von erfolgsrelevanten Touchpoints zur Erhöhung der Customer Experience (CX) (*Workshop*)

Zusatzleistungen/ Methoden

- Vor dem Seminar: Feinabstimmung der Seminarinhalte mit den Teilnehmern, Zielabfrage
- 30% fachlicher Input, 70% Workshops/Übungen
- Intensivtraining mit max. 4 Personen
- Toolset (Vorlagen, Checklisten) zum Download
- Ausführliche Seminar-Dokumentation, vertiefende Literatur, Teilnahmezertifikat
- Nach dem Seminar: Online-Feedbackrunde nach 3-6 Monaten (wenn gewünscht)

Zielgruppen

- Produktportfoliomanagement, Produktmanagement, Geschäftsleitung

Kosten

- 650,- EUR zzgl. gesetzlich gültiger MwSt.

Darin enthalten sind: ein Seminartag, Seminar-Dokumentation, Toolset, vertiefende Literatur, Teilnahmezertifikat

(**Mehr Informationen** zu Ablauf, Organisation und Inhalt bei **Online-Interaktiv-Veranstaltungen** finden Sie auf: <https://www.medtech-seminare.de/online-interaktiv-veranstaltungen>)

Dauer

- Von 9.00 - 17.00 Uhr

Veranstalterin

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