

2-Tages-Seminar: Produktmanagement für Medizinprodukte

Medizinprodukte erfolgreich planen und steuern (Stand 2019)

Termine: 19./20.03.; 09./10.04.; 25./26.06.; 16./17.07.; 08./09.10.; 03./04.12.; Inhouse-Termine auf Anfrage möglich

1. Tag

- Besonderheiten in der Medizinprodukte-Branche (Zielgruppen, Recht insbs. MDR, Kaufprozess)
- Relevante Prozesse im Produktmanagement (Produktentwicklung, Marketing-/Produktstrategie, Markteinführung)
- Management-Werkzeuge für eine effektive Zusammenarbeit mit verschiedenen Schnittstellen
- Analyse des Produkt-Portfolios und Produktmarktes (SWOT, Produktlebenszyklus, Wettbewerb, Branche)
- Business Modell Canvas i.V.m. SWOT-Analyse
- Planung und Kontrolle des Produkterfolges
- Differenzierung und Positionierung der Kundensegmente

Übungen:

- Übung "Marktanalyse": Untersuchung des eigenen Produktmarktes und des Wettbewerbs anhand ausgewählter Analyse-Tools.
- Übung "Kano-Analyse": Strukturierung von Kundenanforderungen anhand Ihres Produktes. Entwicklung von Begeisterungsfaktoren.
- Workshop "Softskills": Die eigene Persönlichkeit anhand eines Analysetools kennen lernen und effektiv mit verschiedenen Persönlichkeiten (z.B. Vertrieb, Entwicklung, Geschäftsleitung) kommunizieren.

2. Tag

- Erfolgreiche Produkt- und Marketingstrategien für Medizinprodukte
- Das Marketing- und Dienstleistungs-Mix (7 P's) anhand von Praxisbeispielen
- Arzt/Patient/Einkauf: Effektive Kundenansprache und Werbewirkung
- Markteinführung und Planung: Entwicklung und Wirkung von Kampagnen im Markt
- Neu: Erfolgreiche Corporate Websites und Social-Media-Marketing für Business-Kunden und Patienten.
- Cross-Media-Mix: Praxisbeispiele einer erfolgreichen Verknüpfung des On- und Offline-Marketings
- Grundkenntnisse der zulässigen Werbung (on- und offline) nach HWG/UWG

Übungen

- Übung „Nutzenorientierte Marketingkommunikation“: Zielgruppenoptimierte Marketingkommunikation in verschiedenen Kanälen über die Analyse des Produktnutzens im Wettbewerbsvergleich.
- Übung "Online- und Offline-Marketing-Mix": Verschiedene Customer Journeys und erfolgsrelevante Touchpoints erarbeiten und dafür ein effektives Marketing-Mix entwickeln.
- Workshop "Ungewöhnliche Kreativitätstechnik": Entwicklung von neuen Produkt- und Service-Ideen (Value Added) zur Wettbewerbsdifferenzierung.
- Übung "Produkt-Marketing-Plan": Erarbeitung der Inhalte eines Produkt-Marketing-Plans für Ihr Produkt. Entwicklung von Marketing-Strategien.

Zusatzleistungen

- Vor dem Seminar: Feinabstimmung der Seminarinhalte mit den Teilnehmern, Zielabfrage
- Im Seminar: 40% fachlicher Input, 60 % Übungsanteil und Workshops
- Lösungsorientiertes Training mit max. 7 Teilnehmern
- Ausführliche Seminar-Dokumentation (Fließtext, Literatur, Literaturhinweise, Checklisten)
- Ratgeber "Effektiv im Job" (Haufe-Verlag; Co-Autorin Sigrid Triebfürst)
- Nach dem Seminar: Interaktion und Betreuung

Methoden

- Fachlicher Vortrag/ Coaching
- Intensiv-Workshops, Hoher Übungsanteil
- Effektive Lehrmethoden

Zielgruppe

- Produktmanager/beginnende Produktmanager aus R&D, Marketing, Vertrieb oder Service

Kosten

- 1190,- EUR zzgl. gesetzlich gültiger MwSt.

Darin enthalten sind zwei Seminartage, Seminar-Dokumentation, Teilnahmezertifikat und vollständige Verpflegung.

Dauer

- Jeweils von 9.00 - 17.00 Uhr

Ort

Sigrid Triebfürst. medtech-seminare & coaching
Am Weichselgarten 19
91058 Erlangen/ Tennenlohe
Tel. 0911-5181947
Mail: info@medtech-seminare.de

Bei Bedarf senden wir Ihnen eine Liste nahe gelegener Unterkünfte zu.