

2-Tages-Seminar: Produktmanagement für Medizinprodukte

Medizinprodukte erfolgreich planen und steuern (Stand 2021)

Termine:

- 22./23. Februar 2021 (online-interaktiv)
- 19./20. April 2021 (online-interaktiv)
- 22./23. Juni 2021 (online-interaktiv)
- 01./02. September 2021
- 26./27. Oktober 2021
- Inhouse-Termine auf Anfrage und online möglich

In diesem Seminar setzen Sie in interaktiven Workshops alle wichtigen Tools ein, um Ihr Medizinprodukt bzw. Ihre Produktgruppe erfolgreich planen und im Markt positionieren zu können. 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.

1. Tag

- *Rechtliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen**
- Wichtige Aufgaben und agile Tools für Ihr Schnittstellenmanagement
- Prozesse im Produktmanagement (Produktmarketing-Strategie, Produktdefinition, Markteinführung)
- 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
- Ziele und Strategien für Wachstum, Wettbewerbsdifferenzierung und Produktpositionierung
- Planung und Kontrolle des Produkterfolges

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 Kundenwerten zu Lösungen.
- *Workshop "Softskills": Die eigene Persönlichkeit anhand eines Analysetools kennen lernen und effektiv mit Geschäftsleitung, Vertrieb, Entwicklung, etc. kommunizieren.**

**diese Themen sind in der Seminardokumentation ausführlich beschrieben und werden in der Online-Session nur auf Anfrage besprochen.*

2. Tag

- Marketingdefinition und Marketingstrategien, Marketing- und Dienstleistungsmix (7 P's)
- Arzt/ Patient/ Einkauf: Effektive Kundenansprache und Werbewirkung
- Customer Insights mit agilen Techniken (Buyer Personas, Customer Journey, Customer Experience, User Storys)
- Planung und Tools einer erfolgreichen Markteinführung, Gestaltung wirkungsvoller Kampagnen
- Kundenzentrierte Corporate Websites und Social-Media-Kanäle
- Cross-Media-Mix: Beispiele zur 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 "Customer Experience": Verschiedene Customer Journeys und erfolgsrelevante Touchpoints erarbeiten und dafür ein effektives Marketing-Mix entwickeln.
- Workshop "Design Thinking": Phasen des Design Thinking mit dem Schwerpunkt „Ideenfindung“. Einsatz einer Kreativitätstechnik zur Generierung neuer Produkt- und Servicelösungen.
- Übung "Produkt-Marketing-Plan": Erarbeitung der Inhalte eines Produkt-Marketing-Plans für Ihr Produkt. Entwicklung von Marketing-Strategien.

*diese Themen sind in der Semindokumentation ausführlich beschrieben und werden in der Online-Session nur auf Anfrage besprochen.

Zusatzleistungen

- Vor dem Seminar: Feinabstimmung der Seminarinhalte mit den Teilnehmern, Zielabfrage
- Technikcheck und Kurzschulung bei Online-Veranstaltungen
- Im Online-Seminar: 20% fachlicher Input, 80 % Workshops/Übungen
- Im Präsenz-Seminar: 40% fachlicher Input, 60 % Workshops/Übungen
- Lösungsorientiertes Training mit max. 4 Teilnehmern (online), 7 Teilnehmer (Präsenz)
- Ausführliche Seminar-Dokumentation, Literatur, Literaturhinweise, Checklisten
- Nach dem Seminar: Online-Feedbackrunde nach 3 Monaten

Organisation Online-Interaktiv-Seminar

- Im Online Interaktiv-Seminar arbeitet Frau Triebfürst mit **Microsoft Teams** und dem innovativen Kollaborationstool **Conceptboard**.
- Erfahren Sie, wie erlebnisreich und einfach komplexe Themen und Workshops **motivierend** durchgeführt werden können.
- Die Teilnehmer arbeiten in separaten Videokonferenzen zusammen, tauschen sich aus und lernen sich untereinander kennen.
- Im Zusammenspiel mit weiteren interaktiven **Interventionen** (Quiz, Spiele, visuelle Effekte) bietet Ihnen das Produktmanagement-Seminar alle wichtigen inhaltlichen Themen und macht Sie zugleich fit für die in Zukunft geforderte, kreative Online-Kommunikation mit Kollegen aus dem In- und Ausland.
- Mehr **Informationen** zu Ablauf, Organisation und Inhalt bei **Online-Interaktiv-Veranstaltungen** finden Sie auf: <https://www.medtech-seminare.de/online-interaktiv-veranstaltungen>

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 bei Präsenzseminaren). Die Seminar-Dokumentation bei Online-Veranstaltungen wird vorab per Post bzw. online zugestellt.

Dauer

Jeweils von 9.00 - 17.00 Uhr. In Online Interaktiv-Seminaren werden mehrere Pausen eingeplant und mit den Teilnehmern individuell abgestimmt.

Kontakt

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

Die Präsenzveranstaltungen finden in der Metropolregion Nürnberg unter Beachtung der 2. Bayerischen Infektionsschutzmaßnahmenverordnung sowie der SARS-CoV2-Arbeitsschutzstandards des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales statt.