



Strategisches Produktportfolio-Management

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

ANMELDUNG

Strategisches Produktportfolio-Management

- 13. Dezember 2019 NH Heidelberg
- 20. Februar 2020 NH Heidelberg
- 03. Juni 2020 NH Heidelberg
- 15. Oktober 2020 NH Heidelberg



Neu: Toolbox für strategisches Produktportfolio-Management inklusive

HOTELRESERVIERUNG

Name

Firma

Abteilung/Funktion

Straße

PLZ, Ort

Tel.-Nr.

E-Mail

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
- Argumentationstraining für Produktmanager
- Effizientes Anforderungsmanagement
- Business Development Management
- Moderne Führungsmethoden für Projektleiter
- MSC-Jahrestagung für Produktmanager
- Produktmanagement-Excellence

Tools für Produktmanager:

- MSC-Praxistoolbox für Produktmanager

Methoden, Tools, Best Practice, praktische Umsetzung

1-tägiges Kompaktseminar

Ihr Trainer:
Peter Kairies

- Wie Sie systematisch Ihr internationales Produktprogramm analysieren und übersichtlich gestalten
- 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 strategisch fokussiert entwickeln
- Wie Sie Ihr Portfolio nutzen, um sich von Wettbewerbern deutlich abzuheben
- Wie Sie mit Hilfe eines modularen Baukastensystems internationale Anforderungen besser in den Griff bekommen
- Wie Sie mit der richtigen Portfoliostrategie das Umsatz- und Ertragspotenzial nachhaltig verbessern
- 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 / Leiter Produktmanagement
- 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

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, Industriegesamtmanager / Branchenmanager, F&E-Leiter, sowie Leiter Business Unit.

TEILNEHMER

- Produktmanager / Leiter Produktmanagement
- Produktportfolio-Manager
- Business Development Manager
- Industriegesamtmanager / 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 Produktportfolio-Management)
- ☑ 1 Mittagmenü 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
Kurfürststr. 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 des strategischen Produktportfolio-Managements 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 Produktportfolio auf den Prüfstand stellen

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

3. Sinnvolle Tools und Kennzahlen. Beurteilung der Praxisrelevanz

- ABC Struktur Analyse (Absatz, Umsatz, DB)
- Umsatz-DB-Diagramm
- Intelligentes Pricing
- Produkt-Lifecycle-Analyse
- XYZ-Analyse: Produkte und Varianten nach Absatzverhalten
- Identifikation von Nulldrehern und Exoten
- Auslaufliste (PIPO's)
- Variantenanalyse
- Funktionenanalyse (welche Funktionen werden von welchen Produkten abgedeckt?)
- Programmüberlappungen
- SWOT und GAP-Analyse
- Trendradar
- Umfeld-Trend-Analyse (PEST)
- Markt-Technologie-Szenario
- Portfolio Strategie: GE Portfolio (Marktattraktivität – Wettbewerbsstärke) u. a.

4. Prozesse, Durchführungsstrategie, Produktroadmap und Verantwortlichkeiten

- Produkte und Prozesse im SPPM
- Steuerung der Maßnahmen über die 6P-Box
- Produkt-Roadmap
- Stakeholder und Verantwortlichkeiten im internationalen Produktportfolio

5. Das Produktportfolio überwachen, aktiv gestalten und übersichtlich strukturieren

6. Reduzierung von Komplexitätskosten durch Einführung eines modularen Baukastens

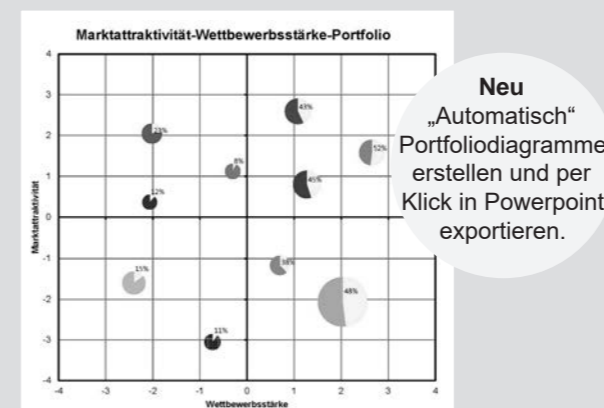
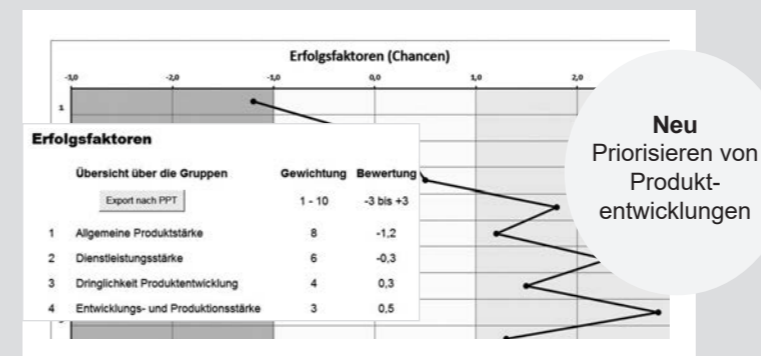
- Rolle des Produktmanagers
- Gleichteilestrategie/Modularer Baukasten
- Praxisbeispiel

7. Aufbau eines funktionierenden Produkt-Auslaufprozesses zur kontinuierlichen Portfoliobereinigung

- Auslöser für das Outphasing
- Berücksichtigung der Kundenerwartungen
- Zweckmäßige Zusammensetzung des Outphasing-Teams
- Die Phasen des Auslaufprozesses

8. Das 10 Schritte-Programm für die praktische Umsetzung

- Durchführen von Produktportfolio-Projekten
- SPPM-Audit: Checken Sie an Hand eines Analyseleitfadens Ihre Professionalität
- Tipps und Motivation für die Umsetzung



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
- ✓ **Neu:** Bewerten und Priorisieren von Produktentwicklungsprojekten

REFERENT / TRAINER



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

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“.

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
- Lange Lieferzeiten
- Schrumpfende Erträge
- Unüberschaubare Produkt- und Variantenvielfalt für den Vertrieb

Ziel des Seminars ist es, Wege und an Hand praktischer Beispiele aufzuzeigen, wie Sie ein strategisch ausgerichtetes Produktportfolio gestalten, das überschaubar und beherrschbar ist. Sie lernen, wie Sie Komplexitätskosten konsequent reduzieren und damit für Ihr Produktportfolio nachhaltig Umsatzwachstum mit guten Deckungsbeiträgen ermöglichen.

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. Leitfaden für ein „SPPM-Audit“.