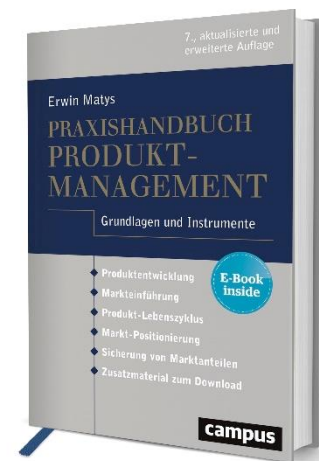


Was macht Produktmanager erfolgreich?

Worin besteht das Erfolgsgeheimnis? In diesem Artikel erfahren Sie aus erster Hand, was die Crème de la Crème der Produktmanager und Produktmanagerinnen auszeichnet. Lassen Sie sich von den Top-Experten inspirieren und profitieren Sie von ihren Erfahrungen.

In 30 Jahren Tätigkeit als selbstständiger Berater kommt man ganz schön herum. Produktmanagement und Produktmarketing sind seit Jahrzehnten meine geistige Heimat. Selbst ein ausgesprochener Praktiker, bin ich für eine Reihe von Technologieunternehmen als Consultant tätig. Zu der Frage, die ich mit diesem Artikel aufwerfe, habe ich über die Jahre natürlich mein eigenes Bild entwickelt. Um es gleich vorwegzunehmen: Für mich persönlich stehen jene Produktmanager hoch im Kurs, die Kontinuität, Authentizität und strategische Kreativität leben. Mehr darüber können Sie im Praxishandbuch Produktmanagement nachlesen: Das Buch wird seit über 20 Jahren vom Campus Verlag herausgegeben, ist mittlerweile als Klassiker in der 7. Auflage und wird von mir laufend überarbeitet und erweitert.



Mit diesem Artikel sollen aber diesmal andere zu Wort kommen. Ich habe die besten Experten, Berater und Trainer für Produktmanagement im deutschsprachigen Raum eingeladen, ihre persönliche Meinung beizutragen, was besonders erfolgreiche Produktmanager und Produktmanagerinnen auszeichnet. Ist es Produktwissen? Ist es Härte in der Durchsetzung? Sind es besondere Social Skills? Ist es Marketingkompetenz? Oder ist es ein ganz bestimmter Mix? Die Antworten waren variantenreich und sind einander trotzdem verblüffend ähnlich. Lesen Sie rein, genießen Sie die stilistische Vielfalt, vergleichen Sie die Aussagen und ziehen Sie Ihre eigenen Schlüsse. Da ist für jeden etwas drin.



Wenn Ihnen beim Lesen der Expertenmeinungen ein interessanter Gedanke kommt, lassen Sie es mich doch wissen. Kontaktieren Sie mich auf LinkedIn oder schreiben Sie mir einfach eine E-Mail. Ich freue mich über jeden Input.

Ich wünsche Ihnen viel Freude bei der Lektüre,
Erwin Matys

Top-Experten verraten: So werden Produktmanager erfolgreich



Thomas Moder

Bringt mehr als 20 Jahre Führungs- und Fachenerfahrung in Produktmanagement und Marketing mit und ist als Trainer und Berater tätig bei www.produktmanagementor.de

„Als erfolgreicher Produktmanager wird niemand geboren. Ich selbst habe als angehender Produktmanager von der Beobachtung meiner erfahreneren Kollegen und deren Ratschlägen profitiert. Unter diesen gab es dann auch solche, die man im Unternehmen als Rollenmodell für einen PM Profi ansah. Was hat also diese Kollegen so ausgezeichnet und was habe ich mir über die Jahre abgeguckt? Ich denke, der Schlüssel für einen erfolgreichen Produktmanager ist dessen Glaubwürdigkeit gegenüber Stakeholdern innerhalb und außerhalb des Unternehmens. Egal ob Vertriebskollege, Kunde, Technologiepartner, Controller, Entwickler oder Projektmanager – ein erfolgreicher PM kann die Standpunkte dieser unterschiedlichen Disziplinen verstehen und einordnen und daraus die bestmögliche Lösung für seine Kunden und sein Unternehmen finden. Dazu gehört auch der Wille und „Biss“, sich in die Probleme dieser unterschiedlichen Abteilungen hineinzusetzen – Stichwort Empathie – und die Position des jeweils anderen ernst zu nehmen. Erfolgreiche PMs sind ausnahmslos sehr gute Zuhörer. Auf der anderen Seite müssen sie auch Kommunikationsprofis sein. Dies betrifft weniger die Menge der Kommunikation, sondern deren Regelmäßigkeit, Verbindlichkeit und Konsistenz – Produktmanager müssen wissen, was sie wollen - sie müssen in einem sich ständig ändernden Marktumfeld eine stabile Umgebung schaffen, in welcher ein interdisziplinäres Team von Spezialisten eine Lösung erarbeiten kann. Dies wird nicht möglich sein, wenn sich Sichtweisen und Prioritäten täglich ändern, auch wenn dem im jeweiligen Fall eine ganz bestimmte Kundenanforderung oder ein dediziertes Kundenfeedback zugrunde liegt. Es ist nämlich die vorangehende und gründliche Analyse des Marktes – mit entsprechendem Zeiteinsatz und Engagement auch jenseits der eigenen Komfortzone – welches den PM in die Lage versetzt, nicht in der erstbesten Situation die existierenden Planungen und Prioritäten über den Haufen zu werfen. Und damit sind wir wieder beim Ausgangspunkt fürs Erfolgsrezept eines Produktmanagers – seine Glaubwürdigkeit.“

Top-Experten verraten: So werden Produktmanager erfolgreich



Benedikt Schneider

Selbst erfolgreicher Praktiker, folgt Benedikt Schneider seit vielen Jahren seiner Passion Produktmanagement. Seine Erfahrungen vermittelt er in seinem Podcast www.schneibe.com

„Alle erfolgreichen PMs sind Komplexitäts-Leader. Sie verstehen es erfolgreich in dem unübersichtlichen Umfeld von Produkt, Kunde/Markt, Unternehmenszielen und Organisationsstruktur zu agieren. Sie beherrschen das Kunststück, Prioritäten zu setzen, um den kommerziellen Produkterfolg zu maximieren und mit den generierten Lösungen den oft unausgesprochenen Kundenwunsch zu erfüllen. Darüber hinaus haben sie klare Strukturen, Prozesse und Verantwortlichkeiten innerhalb ihrer Organisation geschaffen. Durch ein gemeinsames Verständnis für den Kunden, sowie eine klar gelebte Produktstrategie halten sie alle Beteiligten an Bord. Für mich muss ein erfolgreicher PM folgende Eigenschaften haben:

1. *Findet immer wieder aufs Neue Wege zu Lösungen*
2. *Führt den Job mit Leidenschaft aus*
3. *Ist bestens vernetzt*
4. *Hat Wirkung und Einfluss in der Organisation*
5. *Ist in der Lage, die Vogelperspektive einzunehmen*
6. *Handelt verantwortungsbewusst*
7. *Stellt Fragen, um zu verstehen und nicht um die eigene Antwort zu hören*
8. *Erkennt Kundenbedürfnisse und versteht seine Kunden und deren Prozesse*
9. *Ist in der Lage sich zu fokussieren*
10. *Arbeitet zuverlässig*
11. *Ist Spezialist/in im Finden von Kompromissen*
12. *Hält alle und alles zusammen*
13. *Ist Kommunikationsexperte*
14. *Verfügt über Empathie*
15. *Hat die Zahlen im Griff*

Der wahre Erfolg liegt aber in einer uneingeschränkten Begeisterung und dem nicht zu erschütternden Glauben daran, Wege zum gewünschten Ergebnis zu finden. Dabei ist ein Geschick wichtig, das allen Beteiligten das Gefühl haben Teil der Lösung zu sein und mitgewirkt zu haben.“

Top-Experten verraten: So werden Produktmanager erfolgreich



Ingrid M. Motyka

Expertin für den Aufbau und die Weiterentwicklung von Produktmanagement-Organisationen, tätig als Trainerin, Beraterin und Life & System Coach bei www.ingridmotyka.de

„Die Zusammenarbeit mit den Fachabteilungen zur Erarbeitung und Umsetzung ihrer Produkt-Strategien ist eine der größten Herausforderung für Produktmanager. Erfolgreiche PMs denken und handeln – auch ohne Weisungsbefugnis - wie eine Führungskraft. Sie arbeiten strategisch, gestalten die Zukunft des Unternehmens aktiv mit – und sind sich dieser Rolle sehr bewusst. Wie eine gute Führungskraft haben sie eine Vision, welchen Beitrag ihr Produkt zum Unternehmenserfolg hat und kommunizieren dies auch. Ihre Fachkompetenz ist die fundierte Kenntnis ihrer Produktmärkte. Sie verlieren sich nicht in technischen Details, sondern verstehen sich viel mehr als Vertreter der Zielgruppen im Unternehmen. Sie kennen die internen Zahlen zu ihren Produkten und verfügen über marktorientierte Produkt-Strategien. Nur so können sie selbstsicher ihre Ideen vertreten und Einwänden von Kollegen standhalten.

Das ist allerdings nur ein Teil Ihres Erfolgs. In Meetings hören sie empathisch zu, weil sie die Sichtweise des Gegenübers wirklich verstehen wollen. Sie nehmen in Gesprächen einen Perspektivwechsel vor und versetzen sich in die Ziele, Herausforderungen und Zwänge ihres Gegenübers, wie z.B. Vertrieb oder F&E. Meetings, in denen unterschiedliche Auffassungen und Vorgehensweisen im Raum sind, fassen sie nicht als Konflikt auf, sondern als Möglichkeit, eine noch bessere Lösung für das eigene Produkt zu finden – und gleichzeitig die Betroffenen wirklich zu Beteiligten zu machen. Somit sind erfolgreiche PMs sehr gute Kommunikatoren und Moderatoren – versehen mit einer großen Portion Beharrlichkeit, denn Einwände und Bedenken aus anderen Fachabteilungen sind normal.

Und um im Arbeitsalltag nicht unterzugehen, haben erfolgreiche PMs ein klares Verständnis ihrer strategischen Rolle, können gut „Nein“ zu fachfremden Aufgaben sagen und durch gute Briefings Aufgaben an die Fachabteilungen delegieren. So gewinnen sie Zeit, um sich auf ihrer strategischen Kernaufgaben zu konzentrieren.“

Top-Experten verraten: So werden Produktmanager erfolgreich



Peter Kairies

Gilt als einer der renommiertesten Trainer im Produktmanagement, berät und trainiert Fach- und Führungskräfte in internationalen Unternehmen
www.peterkairies.de

„In meiner langjährigen Erfahrung in der Industrie sowie als Trainer und Berater habe ich unterschiedlichste Produktmanager kennengelernt, vom Einsteiger bis zum Profi. Das Erstaunliche: Viele der außergewöhnlich erfolgreichen PM-Champions haben trotz unterschiedlichem Werdegang ein ähnliches Muster im Mindset und Auftreten. Nach dieser „Produktmanager-DNS“ werde ich oft gefragt: „Herr Kairies, was muss ich tun, um als Produktmanager besonders erfolgreich zu sein?“ Meine Antwort knapp zusammengefasst:

- 1. Du wirst nur dann nachhaltig erfolgreich sein, wenn du die Erwartungen deiner Stakeholder kennst! Also schaffe Klarheit, woran in deiner Firma dein gemessen wird: Welche KPIs? Welche Outcomes werden erwartet?*
- 2. Du brauchst das richtige Mindset: Identifiziere dich mit deinen Produkten und zeige Mut, Verantwortung zu übernehmen. Fühle dich wie ein Unternehmer im Unternehmen.*
- 3. Substanz schafft Akzeptanz. Entwickle Produktkompetenz mit Tiefgang. Sei der Produkt-Markt-Experte.*
- 4. Verstehe die Needs und Applikationen deiner Kunden.*
- 5. Denke und handle strategisch. Lass dich nicht vom Tagesgeschäft beherrschen. Rede nicht nur über Strategien, sondern setze sie um.*
- 6. Sei Manager statt Edelmülltonne. Es ist nicht entscheidend, was du tust, sondern, was du damit erreichst. Statt, „ich habe viel getan“, fokussiere dich auf Ergebnisse, z. B. ein neues Produkt, das zu beeindruckenden Umsatzzahlen und hohen Deckungsbeiträgen führt.*
- 7. Baue ein starkes Netzwerk zu wichtigen Stakeholdern und Entscheidern auf.*
- 8. Und vor allem: Brenne für deine Produkte. Unterstütze und begeistere den Vertrieb.*

Meine volle Überzeugung: Produktmanager zu sein, ist eine der spannendsten Positionen, die ein Unternehmen zu vergeben hat – für denjenigen, der die Zukunft aktiv gestalten will.“

Top-Experten verraten: So werden Produktmanager erfolgreich



Bernhard Frese

Produktmanagement-Experte und Spezialist für strategisches Marketing und Vertrieb. Er führt Trainings, Seminare und Workshops durch bei www.bernhardfrese.com

„Wo Produktmanagement zur Chefsache wird, kann Erfolg entstehen. Nur in solchen Unternehmen können Produktmanagerinnen und Produktmanager ihre Fähigkeiten erfolgreich einsetzen, in denen die Führungskräfte den langfristigen Nutzen der Produktmanager-Rolle verstanden haben und diese mit aller Kraft unterstützen.

In der Funktion Produktmanager sind die handelnden Personen auch Führungskräfte, die sich für den Erfolg ihrer Produkte verantwortlich fühlen. Doch sind sie, in ihrer besonderen Situation, auf die Ressourcen der Führungskräfte anderer Funktionsbereiche angewiesen. Hier liegt in vielen Unternehmen das Problem, aber gleichzeitig auch die Lösung.

Wer in der Produktmanager-Funktion eine klare Vorstellung über die optimale Zusammenarbeit aller am Produkterfolg beteiligten Unternehmensbereiche und Personen hat und den ernsthaften Willen und die Ausdauer mitbringt die Zusammenarbeit fortlaufend und kritisch zu hinterfragen und zu optimieren, wird als Produktmanagerin oder Produktmanager langfristig erfolgreich sein.

Spezialistentum ist sicher in vielen Unternehmen erforderlich und wichtig, doch Managementfähigkeiten sind für Produktmanagerinnen und Produktmanager schlicht unentbehrlich.“

Top-Experten verraten: So werden Produktmanager erfolgreich



Wolfgang Lienhart

Wolfgang Lienhart unterrichtet Produktmanagement an der Fachhochschule Campus 02 in Graz und bietet Coaching- und Beratungsleistungen unter www.produkt-management.at

„Was erfolgreiche ProduktmanagerInnen ausmacht? Ich würde sagen, es ist dieser nicht zu bändigende Drang etwas voranzubringen, ein trance-ähnlicher Zustand voller Motivation und Begeisterung alle involvierten Parteien von der Notwendigkeit des strategischen Vorgehens und der Verbesserung zu überzeugen. Dieses Blitzen in den Augen zu haben, wenn es darum geht, neue interessante Innovationen zu schaffen, ohne die tatsächliche Notwendigkeit und Dringlichkeit aus den Augen zu verlieren.“

Erfolgreiche ProduktmanagerInnen sind wissenshungrige, aufmerksame und interessierte ZuhörerInnen, die in der Lage sind, die Sprache der Techniker in die des Business Managers zu übersetzen und vice-versa, um so die Anforderungen des Marktes für alle Parteien zu übersetzen. ProduktmanagerInnen sind Entertainer, Pragmatisten und Diplomaten zugleich, die es verstehen, die einzelnen Personen so zu behandeln, wie sie es brauchen, um die gewünschten Aktivitäten zu setzen. Nicht zu viel Druck auf MitarbeiterInnen auszuüben aber dennoch genug Druck, dass sich etwas bewegt, um das unternehmerische Ziel voranzutreiben.

Erfolgreiche ProduktmanagerInnen sind Strategen, die in stürmischen Zeiten innehalten, tief durchatmen und gelassen abwarten, bis die richtige Zeit kommt, um den sicheren Hafen zu verlassen und der ideale Wind die Segel mit Luft füllen wird. Erfolgreiche ProduktmanagerInnen sind begeisterte BergsteigerInnen, die es lieben, wenn am Berg der kalte Wind um die Ohren pfeift und die dennoch gemächlich Schritt für Schritt weitergehen, die sich bewusst sind, dass der Gipfel auch einmal im Nebel erklommen werden kann, die wissen, dass es ein mühevolleres und anstrengendes auf und ab geben wird, die sich dessen bewusst sind, dass auch ein Sturm aufziehen kann und aber genau für solche Momente einen Regenschutz im Rucksack dabei haben, die aber auch wissen, wann es Zeit ist eine Tour abubrechen.

Erfolgreiche ProduktmanagerInnen sind Macher.“

Top-Experten verraten: So werden Produktmanager erfolgreich



Serpil Uensal

Speakerin, Trainerin, Coach und Beraterin mit über 20 Berufsjahren Erfahrung für Marketing, Produktmanagement und Business Development
www.serpiluensal.de

„Produktmanager:innen sind Produkt-Markt-Spezialisten, die die strategische Verantwortung für ihr Portfolio tragen und operative Umsetzungsentscheidungen treffen. Dabei koordinieren sie alle produktbezogenen Aufgaben mit ihren Schnittstellen, die wiederum funktionsspezifisches Expert:innen-Know-How haben. Das Produktmanagement kennt die konkurrenzbezogenen Aktivitäten auf dem Markt und analysiert diese, um Marktchancen zu identifizieren.

Im Unternehmen sollten Produktmanager:innen als Partner auf Augenhöhe wahrgenommen werden, die als CEO des eigenen Produktes unternehmerische Entscheidungen treffen. Ein im Unternehmen etabliertes und wertgeschätztes PM bietet der Geschäftsführung enorme Unterstützung bei der strategischen Arbeit. Das PM unterstützt die Geschäftsleitung dabei mit Entscheidungsvorlagen und auch konkreten Handlungsempfehlungen. Ein Commitment der Unternehmensleitung gegenüber dem PM ist deshalb ein nicht zu unterschätzender Faktor. Häufig zeigt sich, dass eine solche Zusammenarbeit positiver Treiber des PM-Erfolgs ist.

Für die Umsetzung strategischer Überlegungen ist es entscheidend, dass Aufgabenbereiche klar abgegrenzt sind. Ansonsten bestünde die Gefahr, dass der/die Produktmanager:in in eine Rolle gedrängt wird, in der er/sie nicht mehr im Sinne des Portfolios und des Marktes proaktiv agieren kann. Er/Sie muss daher erfolgreich um die Ressourcen der Schnittstellen verhandeln, damit für die Produktlösung und die Problemstellung des Kunden eine bestmögliche Nutzenmaximierung erzielt werden kann.

Ein/e weitsichtige/r Produktmanager:in denkt dabei nicht nur an die direkten Kunden, sondern geht auch die Extra-Meile zu deren Kunden. Wenn Sie die Erfolgstreiber ihrer Kunden verstehen, können Sie dieses Wissen nutzen, um sich gegenüber dem Mitbewerber mit ganzheitlichen Lösungen zu differenzieren. Somit ist das Produktmanagement, ein wichtiger Impulsgeber für Produktinnovationen und stellt sicher, dass das Portfolio auch in Zukunft wettbewerbsfähig bleibt.“

Top-Experten verraten: So werden Produktmanager erfolgreich



Jan Harste

Langjähriger Trainer und Berater bei „Product Focus“, dem europäischen Marktführer für PM-Weiterbildung, und Gründer von Produktmanagementor www.produktmanagementor.de

*„Es liegt nahe, hier eine lange Liste von Eigenschaften aufzuzählen, die erfolgreiche Produktmanager ausmachen, wie man sie auch zuhauf im Internet finden kann. Und diese Listen nennen auch meist viele wichtige bis essenzielle Eigenschaften, die in der Summe aber fast so wirken, als würde hier der Supermann/die Superfrau gesucht werden, was gerade für Einsteiger eher einschüchternd wirken kann. Ich möchte daher nur zwei Eigenschaften nennen, die hoffentlich deutlich realistischer sind. Denn für mich haben die besten Produktmanager*innen mit denen ich arbeiten durfte nämlich vor allem diese beiden Eigenschaften perfekt vereint: Empathie und Unternehmergeist.*

Empathie ist sowohl beim Verstehen und Erfassen der Kundenbedürfnisse auch beim Wahrnehmen der internen Schnittstellenfunktion eine enorm hilfreiche Eigenschaft. Empathie schafft Verständnis für die Bedürfnisse und Ziele der Personen, die wir überzeugen müssen (ob Kunden oder interne Stakeholder) und ist eine wichtige Grundlage für das „Führen auf Augenhöhe“, das erfolgreiche Produktmanager auszeichnet. Ich habe technisch hochkompetente PMs beobachtet, die sich bei der Kundenansprache in Technikjargon verließen und sich im Unternehmen mit einem „Kopf-durch-die-Wand“-Ansatz sehr schwertaten.

Unternehmergeist ist Voraussetzung und Antriebskraft zur Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen mit echtem Mehrwert und Skaleneffekten. Ohne diesen Unternehmergeist kann es passieren, dass eher auf externe Impulse und Anweisungen reagiert und gewartet wird (und so steigt das Risiko in den „Firefighting-Modus“ zu fallen - auch wenn davor natürlich auch erfolgreiche Produktmanager nicht zu 100% gefeit sind). Zum Unternehmergeist gehört daher auch die Fähigkeiten, auf die Vogelperspektive „herauszoomen“ zu können und das Gesamtbild zu sehen, als auch sich auf die Aktivitäten und Strategien zu fokussieren, die für den Produkterfolg am zielführendsten sind.“

Top-Experten verraten: So werden Produktmanager erfolgreich



Hans-Bernd Kittlaus

Spezialist für Software-Produktmanagement, tätig als Trainer, Coach und Consultant für Unternehmen in vielen Branchen weltweit mit seinem Unternehmen www.innotivum.com

„Da mein Fokus auf dem Management von Software-Produkten und software-intensiven Produkten liegt, also Produkten mit hohem Software-Anteil, möchte ich speziell auf diese Produkte eingehen. In diesem Bereich müssen Produktmanagerinnen und Produktmanager fit sein in:

- *Verständnis und Empathie für (Ziel-) Kunden und Markt, besonders bei Anwendungssoftware auch Verständnis der fachlichen Domäne und typischer Einsatzszenarien;*
- *Geschäftsorientierung (auch bekannt als Business Acumen), also Wissen über und Aufmerksamkeit auf die geschäftlichen Aspekte des Produkts wie Umsatz, Kosten, Preisgestaltung;*
- *Orchestrierung (auch bekannt als Management without Authority), also dafür sorgen, dass alle Kolleginnen und Kollegen in den relevanten funktionalen Bereichen des Unternehmens (Entwicklung, Marketing, Vertrieb, Service und Support) ihren Beitrag zum Produkterfolg leisten;*
- *Handwerkszeug des Software-Produktmanagements von Produktstrategie bis Produktplanung;*
- *Arbeitsweise und Kultur der Software-Entwicklung, also Wissen und Verständnis darüber, ohne unbedingt selbst Entwickler zu sein.*

Vom Typ her zeichnet erfolgreiche Produktmanagerinnen und Produktmanager eine gute Balance zwischen Analysieren und Vorantreiben aus. Da Produktmanagement eine unternehmerische Aufgabe ist, spielen neben allen oben genannten erlernbaren Fähigkeiten auch Intuition und Glück manchmal eine Rolle auf dem Weg zum wirtschaftlichen Produkterfolg.“

Top-Experten verraten: So werden Produktmanager erfolgreich



Bernadette von Wittern

Trainerin und Netzwerkerin für Produktmanagement. Mit ihrer Community Product Lounge bietet sie Tools, Inspiration, Austausch und Ausbildungen für PM www.productlounge.net

„Relativ zu Beginn meiner Karriere als erfolgreiche Produktmanagerin habe ich von einem meiner Mentoren einen ganz wichtigen Satz gelernt: Produktmanagement ist, was ein Produktmanager macht.“

Dieser Satz wurde zu meiner Lieblings-Definition von Produktmanagement und ich verwende ihn sehr oft in meinen Trainings, Workshops und Coachings. Denn genau diese Aussage macht für mich den entscheidenden Erfolgsfaktor für effektives und effizientes Produktmanagement aus.

Wieso? Wahrscheinlich gibt es kaum eine andere Jobbezeichnung, die so ungriffig ist, wie die des Produktmanagements. Je nach Unternehmen, Branche und Kontext werden darunter unterschiedliche Aufgaben und Verantwortlichkeiten verstanden oder eben andere Jobbezeichnungen verwendet, die im Grunde aber das gleiche meinen.

Produktmanagement ist eine strategische Managementaufgabe mit Verantwortung für den Produkt-Markt-Erfolg. Um diese ausüben und leben zu können, ist ein glasklares Rollen- und Aufgabenverständnis erforderlich, das auch unternehmensweit kommuniziert und gemeinsam mit den verschiedenen Schnittstellen umgesetzt wird.

Eine gute Vernetzung, Kommunikationskills und Führungsqualitäten sind wichtig. Und genau deshalb hängt ein entscheidender Teil des Erfolgs von Produktmanagement meines Erachtens gerade auch an der individuellen Person, ihren fachlichen und sozialen Kompetenzen und nicht zuletzt auch an ihrer persönlichen Motivation und ihrem Mindset.

*Demzufolge machen für mich die folgenden Erfolgsfaktoren den entscheidenden Unterschied: klares Rollen- und Aufgabenverständnis, Mindset und das persönliche und fachliche Skillset. Wer erfolgreiche Produktmanager*innen (weiter)entwickeln will, sollte genau hier ansetzen.“*

Praxisausbildung Produktmanagement

Die Alternative zu konventionellen PM-Seminaren

Ich veranstalte selbst keine PM-Seminare. Über die Jahrzehnte bin ich zu der sicheren Überzeugung gelangt, dass nur eine längerfristige, solide Begleitung durch einen erfahrenen Mentor geeignet ist, Einsteiger ins Produktmanagement zur vollen Entfaltung zu bringen. Aus diesem Grund biete ich ausschließlich eine Einzelbetreuung, die aus gezielter Talentförderung auf individueller, persönlicher Basis besteht.



Die Praxisausbildung Produktmanagement ist ein Online-Format und steht jedes Jahr nur einigen wenigen Newcomern und Quereinsteigern offen. Details zu dieser exklusiven Einzelausbildung finden Sie auf der Website www.praxisausbildung-produktmanagement.de. Bei Interesse wenden Sie sich bitte direkt an mich unter erwin@matys.at und informieren Sie sich über die aktuelle Wartezeit auf einen freien Platz.

Die Praxisausbildung Produktmanagement ist das so oft nachgefragte On-the-Job Training zum Praxishandbuch Produktmanagement. Das Buch liegt in der 7. Auflage vor und ist ein echter Klassiker. Es hat mehreren Generationen von Produktmanagern das nötige Werkzeug vermittelt und nachhaltigen Einfluss auf den Absatz abertausender Produkte genommen.

Mit der Praxisausbildung Produktmanagement werden sie über ein halbes Jahr persönlich vom Autor des Praxishandbuch Produktmanagement betreut. Perfekt abgestimmte Übungen und individuelle Betreuung ergeben in Summe eine solide Praxisausbildung für Newcomer und Quereinsteiger. Das Training ist also speziell dafür geschaffen, Ihre ersten Monate im Produktmanagement erfolgreich zu gestalten.















dipl.ing. erwin matys
marketing & communications
austria, 1200 wien, wasnergasse 21 top 5
mitglied der wirtschaftskammer wien
+43-680-4013235
erwin@matys.at
www.matys.at













Weitere Downloads

Der Autor dieses Beitrags ist Marketingexperte und leistet in diesem Bereich seit Jahrzehnten grundlegende konzeptionelle Arbeit. Sein Praxishandbuch Produktmanagement (Campus Verlag) ist mittlerweile in der 7. Auflage und wird als das Standardwerk der Produktvermarktung gehandelt. Das wegweisende E-Book »Erklärungsbedürftige Produkte bewerben und verkaufen« ist unter www.matys.at sogar kostenlos zum Download verfügbar. Auf den Websites von Erwin Matys finden sich auch viele weitere PDFs, die sich mit Vermarktung, Bewerbung, Vertrieb und Produktmanagement von hochwertigen Produkten und Dienstleistungen beschäftigen.





Marketingtools zum Download:

-  Professionelle Produktunterlagen – Der Weg zur Produktbeschreibung
-  Internationale Produktunterlagen – Im Ausland professionell auftreten
-  Wie hochwertig wirken Ihre Produkte? – Checkliste für B2B Anbieter
-  Best Practices im IT-Marketing – Bewährte Erfolgsrezepte aus der Praxis
-  Neukundengewinnung über die Website – Für spezialisierte B2B Anbieter
-  Was ist B2B Content Marketing? – Einstieg in kostengünstiges Internet-Marketing
-  Test: Chancen Ihrer Dienstleistung – Welche Chancen hat Ihre Dienstleistung?
-  Dienstleistungen bewerben und verkaufen – Der richtige Mix für Dienstleistungen
-  Was sind erklärungsbedürftige Produkte? – Definition und Kennzeichen
-  Umfrageergebnisse: Beratungsintensive Produkte – So wird vorgegangen
-  Erklärungsbedürftige Produkte – Wer verkauft sie am besten?
-  Der Produkt-Check – Visualisierungstool für Ihren aktuellen Marketing-Mix
-  Schnittstelle Werbung-Vertrieb – Unkonventionelle Absatzsteigerung
-  Zitate für Produktmanager – Sammlung nützlicher Zitate

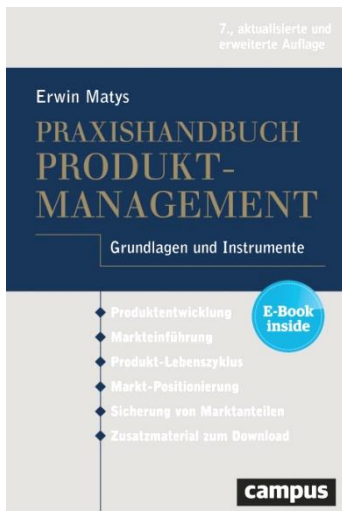
Karrierehilfen zum Download:

-  Praxisausbildung Produktmanagement – Das E-Training zum Buch
-  Eignungstest Marketing – Sind Sie ein Performer?
-  Wie werde ich Produktmanager? – Der Weg ins Produktmanagement
-  Abenteuer Produktmanagement – Insider schildern ihre Faszination
-  Neu als Produktmanager – 10 Tipps für den Start als Produktmanager
-  Karriere im Produktmanagement – Erste Orientierung im Produktmanagement
-  Entlohnung Produktmanager – Was verdienen Produktmanager?
-  Stressmanagement für Produktmanager – Stresstipps für den Alltag im Marketing
-  Marktübersicht Seminare Produktmanagement – Orientierung im Seminar-Dschungel
-  Erfolgreiches Produktmanagement – Insider-Tipps von 10 Top-Experten

Marketingliteratur zum Download:

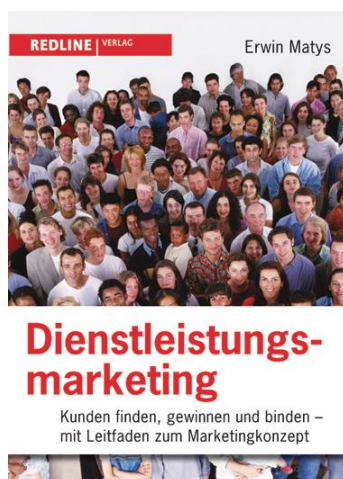
-  Praxishandbuch Produktmanagement – Ausführliche Buchvorstellung
-  Praxishandbuch Produktmanagement – Die Story zum Buch
-  Buchvorstellung Dienstleistungsmarketing – Ausführliche Buchvorstellung
-  Erklärungsbedürftige Produkte bewerben und verkaufen – Kostenloses E-Book

Publikationen von Erwin Matys



Praxishandbuch Produktmanagement

Erschienen 2001-2018 im Campus Verlag. Das Buch bedient sowohl das Informationsbedürfnis von Berufseinsteigern als auch von Profis. Es gibt einen vollständigen Leitfaden für die praktische Arbeit im Produktmanagement. Unzählige Checklisten, Übungen, Tests und Fallbeispiele ergänzen die geradlinige Struktur. Die Publikation erfreut sich unter Produktmanagern größter Beliebtheit und wird selbst von der Financial Times als Standardwerk gehandelt. Mehr Infos zum Buch auf www.praxishandbuch-produktmanagement.de, dort ist auch die Bestellung Online möglich. Mit der nunmehr 7. Auflage wird das E-Book kostenfrei mitgeliefert.



Dienstleistungsmarketing

Das Buch behandelt die zentralen Aufgaben jedes Anbieters von Dienstleistungsprodukten: Kunden finden, gewinnen und binden. Im Rahmen von leicht nachvollziehbaren Marketinggesetzen sind die Erfahrungen erfolgreicher Anbieter zusammengestellt. Der enthaltene Leitfaden ermöglicht es selbst Einsteigern, rasch zu einem fundierten Marketingkonzept für ihre Dienstleistungsprodukte zu kommen. Der Titel ist 2004-2011 im Redline Verlag erschienen. Eine **detaillierte Beschreibung** der 3. Auflage ist auf www.matys.at als PDF verfügbar, hier ist die Bestellung online möglich.



Erklärungsbedürftige Produkte bewerben und verkaufen

Ein kostenloses E-Book mit 80 Seiten, auf www.matys.at als PDF zum Download. Die Publikation bietet ein bewährtes Vorgehensmodell, wie für Produkte und Dienstleistungen mit hohem Erklärungsbedarf eine erfolgreiche Kommunikation aufgebaut wird. Sie erfahren hier, welche Ansätze Sie wählen können, welche Reihenfolge der Kommunikationsmittel und -wege sinnvoll ist und wie Sie potenzielle Kunden sanft aber bestimmt an einen Kauf heranführen. Die aktualisierte und erweiterte Version 5 des E-Books stammt aus dem Jahr 2020.