

Lean Produktmanagement (2 Tage)

SGO Business School



Montag 18.08.2025 08:45 - Dienstag
19.08.2025 17:00 (Online-
Durchführung)

Freitag 21.11.2025 08:45 - Samstag
22.11.2025 17:00 (Online-
Durchführung)

Dienstag 13.01.2026 08:45 - Mittwoch
14.01.2026 17:00 (Online-
Durchführung)

Dienstag 07.04.2026 08:45 - Mittwoch
08.04.2026 17:00 (Online-
Durchführung)

Donnerstag 25.06.2026 08:45 -
Freitag 26.06.2026 17:00 (Online-
Durchführung)

Produktmanager werden automatisch zu Prozessverantwortlichen, wenn es um ihre Produktpalette und deren **Gestaltung, Positionierung, Steuerung und Pflege** geht. Diese Produktmanagement-Prozesse gilt es zu **identifizieren und zu visualisieren**, damit **Optimierungsmöglichkeiten** entlang der Wertschöpfungskette erkannt und realisiert werden können. Hier setzt dieses Seminar zum Produktmanagement-Prozess an.

CHF 1'400.00

[Mehr Informationen und Anmeldung](#)

Zusätzliche Infos zur Veranstaltung

Zertifikat/Bestätigung

Teilnahmebestätigung

Referenten



Reinhard U. Riesen
CIO / Bereichsleiter - SGO
Business School



Norbert Mooslechner
Bereichsleiter - SGO Business
School



Nicolas Aventaggiato
Inhaber - Aventaggiato Xpert

Veranstalter

SGO Business School

Telefon bei Fragen

044 586 86 37

Beschreibung

Ziele des Seminars Produktmanagement-Prozesse

An diesem Seminar lernen Sie, bezüglich Ihrer Tätigkeit eine prozessorientierte Perspektive einzunehmen und in Produktmanagement-Prozessen zu denken und zu handeln.

Nach diesem Seminar sind Sie in der Lage, Produktmanagement-Prozesse zu erheben und zu dokumentieren und eine Prozesslandkarte für Ihr Produktmanagement zu erstellen. Sie können daraufhin Prozessziele beurteilen und auf den Produktlebenszyklus abstimmen. Sie lernen zudem an diesem Seminar, wie Produktmanagement-Prozesse erfolgreich etabliert und kontinuierlich verbessert werden können und wie Sie Ihren Produktmanager-Alltag effizient und effektiv gestalten. Dies dank der Beherrschung der Methoden und Techniken der Prozessoptimierung.

Inhalte dieses Seminars

Produktmanagement-Prozesse im Gesamtzusammenhang

- Zwecksetzung und Nutzen prozessorientierter Organisationsgestaltung
- Gestaltungsbereiche und Prinzipien im Produktmanagement: Strategie - Prozesse - Produkt-Struktur-IT-Architektur
- Produktmanagement als systematische Kombination von Input-/Outputbeziehungen
- Lebenszyklusmanagement

Produktmanagement-Prozesse identifizieren

- Hauptprozesse identifizieren und gliedern, Prozesserhebungsworkshop
- Prozessebenen und Teilprozesse darstellen
- Führungs-, Ausführungs- und Unterstützungsprozesse
- Routine- und Ad hoc-Prozesse differenzieren
- Prozesslandkarten /-skizzen erstellen und visualisieren

Produktmanagement-Prozesse analysieren

- Ziele und Restriktionen im Produktmanagement
- Effizienz- und Effektivitätskriterien im Produktmanagement: Time-to-Market und Fit-to-Market
- Bewertungsmaßstäbe: Zeit, Kosten, Prozess-/Produktqualität, Innovationsfähigkeit, Kundenzufriedenheit
- Prozessverlaufs- und Schnittstellenanalyse
- Stärken-Schwächenanalyse, Prozessbenchmarking
- Identifikation wertschöpfender und nicht wertschöpfender Aktivitäten
- Systematische Problemanalyse und Prozessoptimierung

- Systematische Problemanalyse und Ursachenforschung

Produktmanagement-Prozesse optimieren

- Beeinflussungsmöglichkeiten / Beeinflussungsknoten
- Prozessorientierte Aufbauorganisation
- IT-Enabler, Produktmanagementsysteme
- Prozessnetzwerke / Wertschöpfungsnetzwerke (Upstreaming, Einbindung der Zuliefererkette)
- Inhouse Partnerschaft, Kooperation, In-/Outsourcing
- Einführung von Service Level Agreements (SLA)

Lean Produktmanagement: Produktmanagement- Prozesse implementieren und kontinuierlich verbessern

- Koordination der Prozessimplementierung
- Zielvorgabe und -erreichung messen / kommunizieren
- Verhaltensprinzipien des Lean Produktmanagement: Produktmanager als Prozessverantwortliche

Zielgruppe

Dieses Seminar eignet sich insbesondere für Angehende und praktisch tätige Produktmanager und Marketingverantwortliche. Formelle Voraussetzungen gibt es aber keine.

Mehr Informationen und Anmeldung

Buchungsbedingungen

AGB von SGO Business School

Leistungen

SGO behält sich vor, im Einzelfall Inhalte und Zeitanteile aus didaktischen und lehrmethodischen Gründen zu modifizieren, wenn dadurch das Seminarziel besser erreicht werden kann.

Seminarunterlagen

Die Rechte an den Seminarunterlagen (Manuskripte, Übungen und Fallstudien) liegen ausschliesslich bei SGO. Jede weitere Verwendung bedarf der schriftlichen Zustimmung von SGO.

Anmeldung

Anmeldungen werden in der Reihenfolge des Einganges berücksichtigt.

Rücktritt

Die Abmeldung muss schriftlich erfolgen. Ein Rücktritt des Kunden ist ohne Kostenfolge, wenn dieser bis 6 Wochen vor Seminarbeginn erfolgt. Erfolgt der Rücktritt später als 6 Wochen vor Seminarbeginn, hat dies folgende Annullationsgebühren zur Folge (in Prozenten der Seminargebühren):

- Bis zu 4 Wochen vor Seminarbeginn: 20%
- Bis zu 2 Wochen vor Seminarbeginn: 30%
- Weniger als 2 Wochen vor Seminarbeginn: 100%

Diese Annullationsgebühr entfällt, wenn ein Ersatzteilnehmer benannt wird.

Nichterfüllung

Kann SGO aufgrund höherer Gewalt oder aus Gründen, die SGO nicht selbst zu vertreten hat, die zugesagte Leistung zu dem vereinbarten Termin nicht erbringen, ist SGO verpflichtet, dem Kunden einen Ausweichtermin anzubieten. Kommt keine Einigung auf einen Ausweichtermin zustande, ist der Kunde frei, vom Vertrag zurückzutreten. SGO hat in diesem Fall keine Ansprüche auf Stornierungsgebühren.

Ausweis: Teilnehmende, welche das jeweilige Seminar vollständig besucht haben (min. 80%), erhalten einen SGO-Seminarausweis.

Zahlungsbedingungen

Die Seminare sind im Voraus zahlbar. Auf Anfrage können aber auch individuelle Zahlungsmodalitäten vereinbart werden. Preisänderungen vorbehalten.

Datenschutz

Hinsichtlich Datenschutz gelten - zusätzlich zu den unten genannten Datenschutzregeln - die Datenschutzregeln der SGO, die Sie unter dem folgenden Link finden: <https://www.sgo.ch/impressum.html>