

Produktmanagement Grundlagen (2 Tage)

SGO Business School



Donnerstag 21.08.2025 08:45 -
Freitag 22.08.2025 17:00 in
Glattbrugg

Montag 27.10.2025 08:45 - Dienstag
28.10.2025 17:00 in Glattbrugg

Montag 26.01.2026 08:45 - Dienstag
27.01.2026 17:00 in Glattbrugg

Freitag 17.04.2026 08:45 - Samstag
18.04.2026 17:00 in Glattbrugg

Auf der Grundlage des SGO Produktmanagement Modells durchlaufen Sie an diesem Produktmanagement-Grundlagenseminar **praxisnah und handlungsorientiert** die relevanten Aufgabenbereiche des Produktmanagements. Sie identifizieren und beurteilen strategische Erfolgspositionen und -potenziale und leiten Konsequenzen für **Ihre eigene Produktpalette** ab. Sie lernen darüber hinaus, wie Sie Kundenanforderungen erheben und klassifizieren. Sie kennen die Grundlagen und Voraussetzungen projektorientierter Produktentwicklung und wissen, wie Sie **Produkte richtig positionieren und am Markt platzieren**. Nützliche Techniken und Hilfsmittel zur erfolgreichen Vermarktung und Steuerung von Produkten, die Sie an diesem Seminar erhalten, helfen Ihnen dabei.

CHF 1'400.00

[Mehr Informationen und Anmeldung](#)

Zusätzliche Infos zur Veranstaltung

Zertifikat/Bestätigung

Teilnahmebestätigung

Referenten



Norbert Mooslechner
Bereichsleiter - SGO Business School



Nicolas Aventaggiato
Inhaber - Aventaggiato Xpert

Veranstalter

[SGO Business School](#)

Telefon bei Fragen

044 586 86 37

Beschreibung

Im Produktmanagement werden rund um die Entwicklung und Vermarktung von Produkten und Produktportfolios alle Entscheidungen getroffen und Massnahmen ergriffen. Hinter diesen Prozessen stehen Produktmanager, die als Treiber, Koordinatoren und Realisierer den gesamten Produkt-Lebenszyklus begleiten und verantworten.

Als Produktmanager reicht fachliches Know how betreffend technische Merkmale und Spezifikationen von Produkten nicht aus. Produktmanager benötigen darüber hinaus **unternehmerische Kompetenzen**, denn als Unternehmer im Unternehmen müssen Produktmanager die gesamte Bandbreite unternehmens- und produktpolitischer Entscheidungen beurteilen und herbeiführen können.

Das Aufgabenspektrum des Produktmanagers umfasst neben der Beantwortung strategischer Fragestellungen insbesondere die methodisch, projektorientierte Entwicklung sowie die kontinuierliche **Steuerung und Vermarktung** von Produkten und Produktportfolios.

Inhalte dieses Grundlagen-Seminars zum Produktmanagement

Produktmanagement: Überblick und Voraussetzungen

- Produktmanager und Produktmanagement: Anforderungen an die Rolle, organisatorische Verankerung
- Produktmanagement-Prozesse, Product Lifecycle Management (PLM)
- Produktmanagement-Modell

Strategisches Produktmanagement

- Identifikation von Erfolgspositionen und -potenzialen
- Schritte der Strategieentwicklung
- Markt-, Wettbewerbs- und Kompetenzanalyse

Der Kunde im Fokus

- Kunden und Anspruchsgruppen
- Markt- und Kundensegmentierung
- Abdeckungsstrategien
- Basis-, Leistungs-, Begeisterungsfaktoren: Stimme des Kunden / Voice of Customer

Produktgestaltung und Produktpositionierung

- Produkte entwickeln und verbessern
- Wertanalyse / Wertgestaltung

- Elemente der Positionierung: Zielgruppe, Bedürfnisse, Differenzierung
- Marketing-Mix
- Businessplan als Ergebnistyp und Entscheidungsgrundlage
- Marketing- und Vertriebsinstrumente in der Markteinführung: Produkt-Fact-Book, operatives Marketingkonzept, Kampagnenmanagement

Produkte steuern und pflegen

- Produktparameter und -kennzahlen, Produktmanagement Cockpit
- Operatives Produktlebenszyklus-Management (PLM): Verteidigung von Marktanteilen, Service-Mix; Produktanpassungen / Relaunch

Produktmanagement intern vermarkten

- Imagepflege und Identitätsförderung
- Im Dialog mit internen Kunden: Kommunikationsinstrumente und Konfliktlösung

Zielgruppe

- Angehende und praktisch tätige Produktmanager

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>