

Produktmanager - Mädchen für alles oder verantwortlicher Unternehmer?

In welcher Rolle sich der Produktmanager auch sieht oder in welcher er gesehen wird, kann sich je nach Firma und derzeit gelebter Organisation sehr unterschiedlich darstellen. Unabhängig davon ist eins sicher, Aufgaben gibt es genug. Und ein engagiert ausgefülltes und strategisch abgestimmtes Produktmanagement bringt unabhängig vom konkret definierten Aufgabenbündel dem Unternehmen einen hohen Nutzen und stellt damit einen wesentlichen Baustein für den Unternehmenserfolges dar.

Was ist Produktmanagement oder was sollte es sein?

Eine Organisation hat ein Produkt- und/oder Dienstleistungsportfolio, die eine operative und strategische Betreuung, Weiterentwicklung oder sogar Veränderung braucht. Vordergründig kommt dies in der Kombination der Begriffe Produkt und Management zum Ausdruck. Dies wäre aber zu kurz gegriffen, denn heutiges Marketing bezieht sich zwar auf das Produkt bzw. die Dienstleistung, hat aber darüber hinaus primär den Nutzen der Lösung und die Befriedigung von Kundenbedürfnissen im Blickfeld. Also muss er auch Dienstleistungsmanager sein!

Wo liegen die Herausforderungen?

Die grösste Herausforderung besteht nicht allein darin die richtigen Massnahmen, Veränderungen oder Projekte zu definieren, die die strategische Stossrichtung mit Geist und Ideen füllen, vielmehr muss der verantwortliche Produktmanager auch um die Umsetzung und Durchführung bemüht sein. Ein Produktmanager zeichnet somit sowohl für die Definition wie auch für die Umsetzung verantwortlich. Hat er dafür alle Kompetenzen? Nimmt er sie sich? Wie setzt er sich intern durch? Wie sieht der Firmeninhaber diesbezüglich seine eigene Rolle? Okay, „to be defined“!

Was sollte ein Produktmanager tun?

1. Klarheit schaffen über Wichtigkeit und Bedeutung von Projekten und Produktlinien (wirtschaftlich, strategisch, Analyse)
2. Festlegen der Stossrichtung für Innovationsvorhaben, für das Verbesserungspotential der Produkte und Dienstleistung um den antizipierten Kundennutzen möglichst nahe an die Realität zu bringen, oder auf dieser Realität

basierend neues zu beginnen. Basis muss selbstverständlich die Firmenstrategie sein, auf die er natürlich auch Einfluss nehmen können muss. (Konzeption)

3. Sicherstellung der Umsetzungsgüte der eingeschlagenen Massnahmenpakete und Abstimmung der Projekte und Aufgaben (Umsetzen/Koordinieren) und internes wie auch externes „Verkaufen“ (Diskussion)

Was sind die Erfolgsfaktoren?

- Ideen vom Markt für den Markt: Ideen müssen an Markt und Kunde orientieren (ein Produktmanager gehört in den Markt, Kundenbesuche.....)
- Nähe zur Basis bzw. zur konkreten Anwendung nicht scheuen (in der Montage,
- Strategiediskussion nicht scheuen: Jede Diskussion eröffnet stets neue Horizonte und schafft ein gemeinsames Verständnis.
- In Schlüsselprojekten den Lead in die Hand nehmen, was aber nicht heissen darf alles im stillen Kämmerlein selbst zu tun.

Wer sind die Produktmanager?

Produktmanager sind Macher und Strategen, Verkäufer und Berater, Kommunikatoren und Motivatoren, die idealer Weise ihren Erfahrungsschatz in der Branche aufgebaut haben, in der sie sich bewegen, und die wissen wie speziell wichtige und schwierige Kunden einzuschätzen und anzugehen sind.

Fazit

Also doch „ein Mädchen für alles“? Manchmal sicher ja, und genau damit müssen sie nicht nur umgehen können, sondern es muss ihnen richtig Spass machen! Eben, wie einem Unternehmer!

Ist Optimierung des Produktmanagement bei Ihnen ein Thema? Ein Gespräch lohnt sich immer! 10 Jahre Beratungserfahrung und 14 Jahre Linienfahrung unterstützen Sie engagiert und kompetent.