

LEADERSHIP IN PRODUCT DEVELOPMENT: PRODUKTENTWICKLUNG IN EINEM BERATENDEN UMFELD – GEHT DAS? MACHT DAS SINN? JA! ERGREIFEN SIE DIE CHANCEN UND ERKENNEN SIE DIE GRENZEN VON PRODUKTENTWICKLUNG.

ZIELSETZUNG UND NUTZEN – WIE PROFITIEREN SIE ...

... als Teilnehmer?

- Indem Sie die Möglichkeiten, die eine Produktentwicklung eines Dienstleistungsproduktes bietet, anfangen auszuschöpfen.
- Indem Sie den Kunden von Anfang an ins Auge fassen und nicht mehr aus den Augen verlieren.
- Indem Sie immer den „Marktangang“ und nicht die vollständige „Endausbaustufe“ im Kopf haben.
- Indem Sie begreifen, dass nicht der Einzelkämpfer zählt, sondern erfolgreiche Produkte nur in internen und externen Teams entstehen und diese auf den Leader warten, der das Team zum Erfolg führt.

... als Unternehmen/Unternehmer?

- Dadurch, dass Sie Mitarbeiter haben, die „das/Ihr“ Produkt zur Marktreife bringen, anstatt zehn halb fertige „Schubladenprodukte“ anzufangen.
- Dadurch, dass Sie Mitarbeiter qualifizieren, sich über Produkte zu positionieren und ihre Practice und Unternehmung weiterzuentwickeln und zukunftssicher zu machen.

... als Fachabteilung?

- Indem Sie in der HR-Funktion einen wichtigen Beitrag zur Fortentwicklung über das HR-Management hinaus ergreifen.

INHALTE UND METHODEN – WAS BRINGT SIE ZUM ERFOLG?

Sie werden die Techniken des Innovations-, des Produkt- und des Go-2-Market-Managements so rekapitulieren und verfeinern, dass Sie diese Techniken sicher für sich anwenden und dazu noch andere Kollegen und Kunden anleiten und im jeweiligen Prozess begleiten können.

Wir werden mit Ihnen zusammen erarbeiten, wie Sie sich aktuelle Trends der Co-Creation und des Open/Crowd-Innovation für Ihr spezielles Vorhaben zunutze machen können und mittels nun verfügbarer Apps und Web 2.0 Tools auch dezentral-verteilt den Produktfortschritt nicht aus den Augen verlieren.

Wir helfen Ihnen die Führungsinstrumente für Ihre Innovation und Entwicklung zu identifizieren und sicher anwenden zu können die Ihnen den Erfolg und die Folgschaft im Team geben wird.

ADRESSATEN – FÜR WEN IST DAS TRAINING GEDACHT?

Für alle Professionals, die:

- sich über ein abgegrenztes und auf ihre Fähigkeiten und Erfahrungen zugeschnittenes Produkt / Offering ein eigenständiges Vermarktungsvehikel erschaffen wollen oder sollen. In der Regel sind das Professionals mit mehr als fünf bis sieben Berufsjahren.
- Partner, die gleichzeitig mehrere Produktentwicklungen steuern müssen.