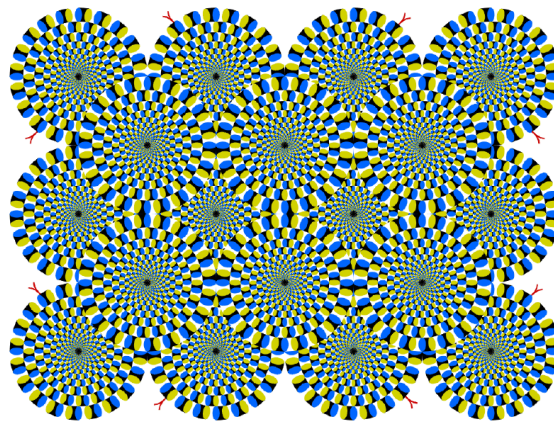


Leseprobe

ZfU Fernseminar

# Strategisches Produktmanagement



Autor

Prof. Dr. Frank Huber

ZfU Core-Faculty

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Lernziele.....</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Strategisches Produktmanagement.....</b>	<b>5</b>
2.1	Herausforderungen, Handlungsoptionen und Kernprozesse im Produktmanagement .....	5
2.2	Kernprozess im Produktmanagement.....	10
2.3	Übungen/Fragen .....	13
2.4	Zusammenfassung.....	15
<b>3</b>	<b>Ziele und Zielhierarchien definieren.....</b>	<b>17</b>
3.1	Ziele festlegen, Strategien generieren .....	17
3.2	Ziele operationalisieren .....	20
3.3	Übung.....	22
3.4	Zusammenfassung.....	23
<b>4</b>	<b>Strategische Optionen im Produktmanagement .....</b>	<b>24</b>
4.1	Kundenorientierte Strategien .....	25
4.1.1	Marktfeldstrategien.....	25
4.1.2	Marktstimulierungsstrategien .....	27
4.1.3	Marktparzellierungsstrategien .....	28
4.1.4	Marktarealstrategien .....	30
4.2	Konkurrenzorientierte Strategien .....	31
4.3	Übung.....	35
4.4	Zusammenfassung.....	35
<b>5</b>	<b>Märkte abgrenzen und Zielgruppen definieren.....</b>	<b>38</b>
5.1	Marktabgrenzung .....	38
5.2	Märkte segmentieren.....	40
5.2.1	Segmentierung.....	42
5.2.2	Targeting.....	47
5.2.3	Positionierung .....	48
5.3	Übung.....	49
5.4	Zusammenfassung.....	51

<b>6</b>	<b>Roadmap festlegen</b> .....	<b>53</b>
6.1	Erstellen der Planungsbasis .....	54
6.1.1	Darstellung der Projektidee .....	55
6.1.2	Der Projektvorschlag .....	61
6.1.3	Prelaunch Stage .....	63
6.1.4	Launch Stage .....	66
6.1.5	Execute Stage .....	70
6.1.6	Implementation Stage .....	73
6.2	Entwickeln von Szenarien .....	74
6.3	Übung .....	76
6.4	Zusammenfassung .....	77
<b>7</b>	<b>Lösungen zu Übungen</b> .....	<b>79</b>
<b>8</b>	<b>Lessons Learned</b> .....	<b>82</b>
<b>9</b>	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>83</b>
<b>10</b>	<b>Biographie des Autors</b> .....	<b>85</b>

## ZfU Lernkonzept



**Lernziele**



**Beispiel**



**Transfer / Lessons Learned**  
(Nutzen Sie die Wordvorlage für  
Ihre persönliche Zusammenfassung)



**Zusammenfassung**



**Hinweis**



**Checkliste**



**Konzept / Inhalte / Theorie**



**Übung**



**Lernkontrolle**  
(Klicken Sie auf den Performance Monitor)



**Literaturhinweise-/verzeichnis**



**Glossar**



**Video-Sequenz**



## 1 Lernziele

Der Produktmanager hat die Verantwortung für Produkte oder Produktgruppen – dabei ist über die Hälfte seines Aufgabenfeldes nach außen zum Markt hin gerichtet. Er muss daher das Instrumentarium des strategischen Produktmanagements sicher beherrschen: angefangen von der Marktanalyse über die richtige Positionierung bis zur zielgruppengerichteten Marketingkommunikation.

- Sie lernen die unterschiedlichen Tätigkeiten des strategischen Produktmanagers im Lebenszyklus des Produktes kennen.
- Sie erlernen die zentralen Herausforderungen des strategischen Produktmanagements. Ein besonderes Augenmerk wird auf Lösungsansätze gelegt.
- Sie lernen die wichtigsten Ziele und Zielzusammenhänge kennen, um mit Hilfe von Strategien den Weg zur Erreichung der Zielsituation festzulegen.
- Sie lernen die wichtigsten Phasen der Projektsteuerung im Produktmanagement kennen. Welche Fragen muss sich der Produktmanager stellen, damit ein Projekt erfolgreich zu Ende gebracht wird?

## 10 Biographie des Autors



**Dr. Frank Huber**

**ZfU Core-Faculty**

Dr. Huber ist seit 2003 Inhaber des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Marketing I an der Johannes Gutenberg-Universität in Mainz. Zuvor studierte er an der Universität Mannheim am Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Marketing und promovierte mit einer Arbeit zu Innovationsentscheidungen von Unternehmen zum Dr. rer. pol. Von 1999 bis Mai 2002 war Frank Huber an der Universität Mainz als wissenschaftlicher Assistent beschäftigt. Seine Habilitation erfolgte im Dezember 2002 am renommierte Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaften (MCM Institute) der Universität St. Gallen.

Sowohl für seine wissenschaftlichen Arbeiten aber auch für seine Lehrtätigkeit erhielt Frank Huber bereits mehrere Auszeichnungen. So erhielt er für seine Diplomarbeit und für seine Promotion den renommierten Pro-Marketing Stiftungspreis der Universität Mannheim. Von der American Marketing Association, der MCB Press, der Association for Health Care Research und der Academy of Marketing Science erhielt er Auszeichnungen für Forschungsleistungen auf dem Gebiet der Kaufverhaltensforschung. Ferner war Frank Huber im Jahr 2002 Semi-Finalist für den vom Institute for Operations Research and the Management Sciences ausgelobten Franz Edelman Award. Im gleichen Jahr erhielt Frank Huber für seine herausragenden Leistungen in der Lehre den Lehrpreis der Universität Mainz. Insgesamt umfasst seine Veröffentlichungsliste über 300 Zeitschriften- und Buchbeiträge sowie 25 Bücher.

Ergänzend zu seiner universitären Tätigkeit ist Frank Huber Gründungsgesellschafter von 2hm & Associates GmbH, einer international tätigen Unternehmensberatung sowie einer Markenberatung (Institut für Markenwert) und Direktor des Center for market-oriented product and production management (cmpp).