

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	9
Tabellenverzeichnis	11
1 Selbstverständnis Produktmanagement	13
1.1 Der Produktmanager als Unternehmer im Unternehmen	17
1.2 Digitalisierung und ihre Auswirkungen auf das Produktmanagement	29
1.3 Kundenbild und Produktpositionierung	44
1.4 Produktmanagement als Schaltstelle für den Erfolg	58
2 Zentrale Zielsetzung und Rahmenbedingungen im Produktmanagement	69
2.1 Quantitative Analyse des Produktbereichs	71
2.1.1 Analyse des Produktlebenszyklus als Struktur	72
2.1.2 Deckungsbeitrag: Zusammenspiel von Unternehmens- und PM-Ergebnis	76
2.1.3 Produkt-Portfolio-Matrix: Ordnung im Produktprogramm	87
2.2 Qualitative Analyse des Produktbereichs	95
2.2.1 Toolbox der Kundenforschung	106
2.2.2 Kundenforschung im Produktmanagement	129
2.3 Integration der Analyse und Vorausschau	138
2.3.1 Instrument Zukunftswerkshop	139
2.3.2 Latente und konkrete Kundenwünsche identifizieren	146
2.3.3 Vorgehen abstimmen	151
3 Innovationsmanagement	153
3.1 Design Thinking	155
3.1.1 Was ist Design Thinking?	155
3.1.2 Stufe 1: Herausforderung verstehen	160
3.1.3 Stufe 2: Nutzer beobachten	163
3.1.4 Stufe 3: Standpunkt festlegen	169
3.1.5 Stufe 4: Ideen finden	171
Exkurs: Kreativitätstechniken – eine Übersicht	174
3.1.6 Stufe 5: Prototypen erstellen	186
3.1.7 Stufe 6: Prototypen testen	193
3.1.8 Projektfreigabe	198
3.2 Projektmanagement Neuproduktentwicklung	205
3.2.1 Vorgehen im Projektmanagement	208
3.2.2 Technische Neuproduktentwicklung	225
3.2.3 Vermarktung des Neuprodukts	265

3.3	Marktdurchsetzung des Neuprodukts	322
3.3.1	Engagement im Unternehmen	324
3.3.2	Vertriebs- und Lieferprozess	326
3.3.3	Umsatz- und Deckungsbeitragsziele	328
3.3.4	Kampagnen- und Kundenziele	330
3.3.5	Erreichte Marktdurchsetzung	331
4	Marktmanagement	335
4.1	Mittelfristiges Kompetenzmanagement	340
4.2	Betreuung der Produkte im Markt	348
4.2.1	Gemeinsame Informationsbasis im digitalen Zeitalter	349
4.2.2	Lebenszyklusmanagement der Produkte im Markt	357
4.2.3	Produkte im Wachstum	362
4.2.4	Produkte in der Mitte des Marktlebens	380
4.2.5	Produkte in der Schlussphase des Marktlebens	389
4.2.6	Kundenbeziehungsmanagement	395
5	Fazit: Selbstverständnis und Führung im Produktmanagement	399
	Stichwortverzeichnis	411
	Der Autor	417