

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Ist Produktmanagement für uns sinnvoll?</b>	<b>11</b>
1.1 Was genau ist überhaupt Produktmanagement?	11
1.2 Produktmanager sind wirklich Manager und keine Sachbearbeiter	14
1.3 Produkt und Zielgruppe bilden eine Einheit	18
1.4 Könnte Produktmanagement auch für Ihr Unternehmen interessant sein?	21
1.5 Gibt es Optimierungsmöglichkeiten in Ihrem Produktmanagementsystem?	23
<b>2. Wie baut man eine Produktmanager-Organisation auf?</b>	<b>27</b>
2.1 Machen Sie die Einführung von Produktmanagement zur Chefsache	27
2.2 Auswahl der passenden Organisationsform	29
2.3 Lösungsmöglichkeiten für globales Produktmanagement	36
2.4 Aufgaben eines Produktmanagers	41
2.5 Produktmanager arbeiten stark vernetzt	48
2.6 Anforderungsprofil an einen PM	52
2.7 Wie sollen Produktmanager entlohnt werden?	54
2.8 Wie viele Produktmanager benötigt Ihr Unternehmen?	56
2.9 So führen Sie Produktmanagement erfolgreich in Ihrem Unternehmen ein	60
<b>3. Wie kann der Produktmanager seine Marketing-Aufgaben erfolgreich bewältigen?</b>	<b>65</b>
3.1 Welchen Marketing-Aufgaben sollte sich der Produktmanager widmen?	65
3.2 Wie werden realistische Produkt-Marketingpläne erarbeitet?	67
3.3 So entsteht eine solide Informationsbasis für die Produkt-Marketingplanung	82
3.4 Wie findet der Produktmanager zu der erfolgversprechendsten Strategie für sein Produkt?	103
3.5 So wird mit Hilfe der Marketing-Instrumente Ihre Produkt-Strategie konkret	111
3.6 Die Rolle des Produktmanagers bei der Realisierung	162

<b>4. Welches Verhalten kennzeichnet erfolgreiche Produktmanager?</b>	<b>167</b>
4.1 Managementtechniken für Produktmanager	167
4.2 Erfolgreicher Umgang mit anderen und mit Teams	169
<b>5. Wie wird eine Produktmanager-Organisation erfolgreich geführt?</b>	<b>179</b>
<b>6. Resümee und Ausblick</b>	<b>185</b>
<b>Verwendete und weiterführende Literatur</b>	<b>187</b>
<b>Die Autoren</b>	<b>191</b>