

Neu als Produktmanager: Was nun?

"Sie sind jetzt Produktmanager", wiederholt ein Mitarbeiter eines internationalen Technologiekonzerns die Worte, mit denen er als Produktmanager eingesetzt wurde. Auf seine Nachfrage, was genau die Tätigkeiten eines Produktmanagers wären, erfährt er von seinem Vorgesetzten noch: "Er managt das Produkt. Viel Erfolg." So oder so ähnlich sind nicht wenige Mitarbeiter in die Rolle des Produktmanagers gestoßen worden, ohne eine fundierte Ahnung zu haben, was sie mit der neuen Rolle genau anfangen sollen. Ein mitunter höchst frustrierendes Erlebnis. Schließlich ist es nicht einfach, sich in dieser Rolle zurechtzufinden, denn der Produktmanager ist ein sehr amorphes Wesen. Im Vergleich zu anderen Rollen im Qualitäts- oder Projektmanagement hängt die Rolle des Produktmanagers stark von der jeweiligen Firma, dem betreuten Produkt und der jeweiligen Branche ab. Dazu kommt, dass viele Produktmanager aus dem eigenen Unternehmen rekrutiert werden, so wie der Mitarbeiter in unserem Beispiel. Oft kommt es zu einem ähnlichen Ablauf: Eine engagierte Person im Service, in der Produktentwicklung oder im Vertrieb profiliert sich, man vermutet bei ihr die benötigten Fähigkeiten und macht sie zum Produktmanager. In vielen Fällen ist damit eine Überforderung vorprogrammiert. Der vorliegende Artikel wendet sich an diese Newcomer und Quereinsteiger, mit dem Ziel, ihnen den Einstieg ins Produktmanagement zu erleichtern.



10 Praxistipps für den erfolgreichen Start

Auf den folgenden Seiten finden Sie zehn Praxistipps, wie Sie sich als frisch gebackener Produktmanager rasch orientieren und so schnell wie möglich Fuß fassen. Die Empfehlungen stammen von Erwin Matys, Autor des [Praxishandbuch Produktmanagement](#) (Campus Verlag, 2001-2018). Der Autor hat unzählige Produktmanager in ihrer Einstiegsphase begleitet und ihnen mit Beratungen, Coachings und individuellen Ausbildungen den benötigten Halt gegeben. Aus jahrzehntelanger Beratungstätigkeit sind hier die zehn Ansätze wiedergegeben,

die einem Quereinsteiger oder Newcomer am besten dabei helfen, die neue Herausforderung zu meistern.

Tipp 1: Verstehen Sie Ihr Umfeld

Als erstes sollten Sie sich vor Augen halten, in welcher Situation Sie sich befinden. Gibt es in Ihrem Unternehmen bereits ein Produktmanagement? Falls ja, dann haben Sie vielleicht das Glück, in ein gut funktionierendes Team eingegliedert zu



werden. Das bietet Ihnen die hervorragende Möglichkeit, sich von erfahrenen Produktmanagern unterstützen zu lassen und von ihnen zu lernen. Und auch wenn Ihre Kollegen im Produktmanagement vielleicht selbst noch nicht so erfahren sind, so ist in Ihrem Unternehmen zumindest die Organisationsform Produktmanagement bereits verankert – darauf können Sie als Neuling aufbauen und ihre ersten Schritte als Produktmanager wagen. Wenn aber Produktmanagement für Ihr Unternehmen komplettes Neuland ist und Sie als erster Produktmanager eingesetzt wurden, so wird die Erwartungshaltung an Sie ziemlich hoch sein. Höchstwahrscheinlich stehen Sie dann vor der zusätzlichen Aufgabe,

Produktmanagement für Ihr Unternehmen zu definieren und in der Organisation einzuführen. In diesem Fall sollten Sie sich unbedingt externe Unterstützung suchen, um von dieser doppelten Herausforderung nicht überfordert werden.

Tipp 2: Definieren Sie Ihre Rolle

Relativ bald sollten Sie sich daran machen, Ihre Rolle als Produktmanager zu definieren. Dazu ist es notwendig, dass Sie sich mit der Auffassung von Produktmanagement in Ihrem Unternehmen auseinandersetzen. Die Rolle eines Produktmanagers ist nämlich keineswegs standardisiert, sondern stets vom jeweiligen Unternehmen abhängig. Je nach Markt, Produkt und Branche gibt es signifikante Unterschiede, was von einem Produktmanager erwartet wird. Je besser Sie verstehen, wo hier die Prioritäten Ihres Unternehmens liegen, umso leichter wird es Ihnen fallen, Ihre neue Rolle zu übernehmen. In manchen Unternehmen, die Produktmanagement einsetzen, gibt es detaillierte Jobprofile, manchmal sogar regelrechte Produktmanagement-Handbücher. Falls Sie das Glück haben, so etwas vorzufinden, setzen Sie sich in Ruhe damit auseinander. Hinterfragen Sie die dort angeführten Vorgaben und versuchen Sie möglichst gut zu verstehen, was von Ihnen erwartet wird. Sollten Sie allerdings der erste PM in Ihrem Unternehmen sein, wird es wahrscheinlich noch keine dieser Vorgaben geben. In diesem Fall haben Sie die einmalige Gelegenheit, Ihre Rolle als Produktmanager selbst festzulegen.

Tipp 3: Schaffen Sie Klarheit über Ihre Aufgaben

Viele Produktmanager stöhnen darüber, dass sie unternehmensintern als „Mädchen für alles“ wahrgenommen werden. Eine der möglichen Ursachen kann das Fehlen einer klaren Aufgabendefinition sein. Stellen Sie daher sicher, dass Ihre Aufgaben und Ihre Verantwortungsbereiche in einer Job Description eindeutig geregelt sind. Damit allein ist es aber noch nicht getan – Sie wissen dann zwar, was von Ihnen erwartet wird, müssen Ihre Aufgabendefinition aber auch einhalten. Dafür werden Sie sich eine Fähigkeit aneignen müssen, die als Produktmanager geradezu überlebensnotwendig ist: Die Fähigkeit, Nein zu sagen. Denn die Praxis zeigt immer wieder, dass nur jene Produktmanager dazu kommen, konsequent an ihren Produktzielen zu arbeiten, die sich gut abgrenzen können. Wer das im Produktmanagement nicht macht, läuft Gefahr zum Spielball aller anderen und damit zum oft zitierten „Mädchen für alles“ zu werden. Einer der größten Fehler, die Sie machen können, wäre also, dass Sie sich in Ihrem Aufgabenbereich nicht klar genug abgrenzen.

Tipp 4: Erkennen Sie Ihre Stärken

Da Sie die Chance erhalten haben, sich als Produktmanager zu bewähren, sollten Sie sich eines vor Augen halten: Es gibt einen guten Grund, warum Sie mit diesem Vertrauensvorschuss ausgestattet wurden. Wichtig für Sie zu wissen ist, wie es dazu kam. Haben Sie sich in einem speziellen Bereich besonders bewährt? Weisen Sie persönliche Eigenschaften auf, die Sie für die Rolle eines Produktmanager besonders geeignet machen? Verfügen Sie über besondere Markt-, Produkt- oder Verfahrenskennntnisse, die Sie zum Produktmanager prädestinieren? Wenn es Ihnen nicht selbst gleich auf den ersten Blick klar ist, warum Sie als Produktmanager eingesetzt wurden, dann fragen Sie einfach nach: Erkundigen Sie sich bei Ihren Vorgesetzten, was man in Ihnen gesehen hat und was den Ausschlag gegeben hat. Denn diese Besonderheiten zeigen Ihnen Ihre persönliche Eignung für Ihre neue Aufgabe, sie zählen zu Ihren Stärken als Produktmanager. Sie bilden den Grundstock Ihrer Skills, den Sie hegen und pflegen sollten und auf dem sie aufbauen können. Im Umkehrschluss liefern Ihnen diese Überlegungen auch ganz automatisch Hinweise darauf, was Sie noch weiter verbessern sollten.

Tipp 5: Erlernen Sie die benötigten Methoden

Abgesehen von Produktkenntnissen und persönlichen Skills werden Sie als Produktmanager auch das nötige methodische Rüstzeug brauchen. Dafür machen Sie am besten eine Bestandsaufnahme: In welchen Bereichen müssen Sie Ihr betriebswirtschaftliches Wissen vergrößern? Wie steht es um Ihr Know-how im Produktmarketing? Haben Sie genug methodisches Werkzeug, um ausreichende Informationen über Ihren Markt und Ihre Mitbewerber zu erarbeiten? Sind Sie in der Lage, Ihr eigenes Produkt effektiv am Markt zu positionieren? Verfügen Sie über die nötigen Techniken, um sich selbst und Ihr Produkt in Ihrer Firma zu positionieren? Stellen Sie eine Liste zusammen, welches methodische Werkzeug brauchen, um mit den Ihnen anvertrauten Produkten erfolgreich sein zu können. Setzen Sie dabei

nicht auf Marketingschlagworte, sondern legen Sie fest, was Sie wirklich an soliden methodischen Grundlagen brauchen. Falls Sie sich in dieser Frage unsicher sind, lassen Sie sich von einem erfahrenen Produktmanager beraten.

Tipp 6: Erwerben Sie Umsetzungscompetenz

Mit den bisher genannten Punkten schaffen Sie eine gute Basis für Ihren Einstieg. Die eigenen Stärken und die benötigten Methoden zu kennen ist allein aber noch nicht genug. Wenn Sie einen wirklich guten Einstieg ins Produktmanagement verwirklichen möchten, dann braucht es einen entscheidenden Schritt mehr: Die erfolgreiche Umsetzung. Um die dafür notwendige Sicherheit in der Ausübung Ihrer Tätigkeit zu gewinnen, müssen Sie die theoretischen Grundlagen in die Praxis bringen: Sie müssen sich fundierte Informationen beschaffen und auf deren Basis Ihre Produktentscheidungen treffen. Sie müssen in der Lage sein, eine tragfähige Strategie für Ihre Produkte zu entwickeln und diese systematisch umsetzen. Und Sie müssen herausfinden, wie Sie Ihrer Aufgabe als Produktmanager schnell und ohne Umwege gerecht werden können. Die Kernfrage dabei ist: Auf welchem Weg können Sie diese Erfahrungen erwerben? Die Praxis zeigt, dass das am besten funktioniert, wenn Sie einen persönlichen Begleiter finden. Ideal ist, wenn Sie im Haus einen versierten Produktmanager haben, der Sie während Ihrer Einstiegsphase coacht. Eine weitere Möglichkeit ist die im Anhang vorgestellte Praxisausbildung Produktmanagement.

Tipp 7: Legen Sie Ihre Ziele fest

Ob Sie sich von einem erfahrenen Produktmanager begleiten lassen, ob Sie einen Coach in Anspruch nehmen oder ob Sie als Autodidakt alleine ins kalte Wasser springen, eines bleibt immer gleich: Sie sollten auf jeden Fall Ihre Ziele definieren. Dabei ist es sehr hilfreich, wenn Sie sich erst einmal Klarheit über Ihr Motiv verschaffen: Warum machen Sie das überhaupt? Was ist der echte und ehrliche Grund, warum Sie sich auf dieses Abenteuer eingelassen haben? Hoffen Sie auf einen Karrieresprung? Erwarten Sie sich bessere Entlohnung? Motiviert Sie das Prestige, das Sie durch den Managerjob gewinnen? Oder haben Sie vielleicht ein ganz anderes, exotischeres Motiv? Finden Sie es heraus, aber behalten Sie die Antwort für sich. Sie brauchen Ihr wahres Motiv niemand mitzuteilen. Entscheidend ist nur, dass Sie selbst in diesem Punkt absolute Klarheit haben. Denn nur dann können Sie Ihre persönlichen Ziele als Produktmanager definieren: Welche Pläne haben Sie für Ihre berufliche Zukunft? Wo möchten Sie in ein, zwei oder drei Jahren sein? Oder, allgemein gesagt, was möchten Sie mit Ihrem Einstieg ins Produktmanagement ganz konkret erreichen?

Tipp 8: Holen Sie sich Rückendeckung

Wenn Sie in Ihrem neuen Job als Produktmanager mittel- oder langfristig erfolgreich sein wollen, sollten Sie einer weiteren Grundregel ganz besondere Aufmerksamkeit widmen: Sichern Sie sich die Rückendeckung Ihrer Vorgesetzten

bzw. Ihrer Geschäftsleitung. Denn nur wenn die Unternehmensführung hinter Ihnen steht, werden Sie in der Lage sein, sich tatsächlich auf Ihre Aufgaben als Produktmanager zu konzentrieren. Andernfalls werden Sie zum Spielball aller anderen, zum oft zitierten Mädchen für alles. Halten Sie sich bitte vor Augen - diese Gefahr ist sehr real. Auch heute noch hat in allzu vielen Unternehmen die Unternehmensleitung völlig unrealistische Erwartungen an Produktmanager: Einerseits sollen sie die Ertragslage des Unternehmens verbessern, andererseits sollen sie als Sachbearbeiter die täglichen kleinen Anforderungen des Tagesgeschäft aus dem Weg räumen. Unter diesen Voraussetzungen ist strategisches Arbeiten nicht möglich. Klären Sie daher Ihre Rolle, Ihre Aufgaben und Ihre Entscheidungskompetenzen so früh wie möglich mit Ihren Vorgesetzten.

Tipp 9: Werden Sie sichtbar

Als Produktmanager ist Ihr Wirken nach innen mindestens genauso wichtig wie alle nach außen gerichteten Aktivitäten Ihres Produktmarketings. Damit Sie Ihr Produkt intern weiterbringen können, seine Entwicklung sinnvoll vorantreiben können, seiner Bewerbung den richtigen Spin geben können und Ihr Produkt für Ihr Vertriebsnetz so richtig attraktiv machen können, brauchen Sie vor allem eines: Ein solides internes Netzwerk. Der beste Weg dorthin ist, den Kontakt zu allen relevanten Instanzen Ihres Unternehmens zu suchen und zu pflegen. Schaffen Sie Bündnisse mit Ihren Ansprechpartnern in Entwicklung, Vertrieb, Werbung, Logistik und anderen Abteilungen. Definieren Sie gemeinsam mit jedem einzelnen Ansprechpartner ihre Form der Zusammenarbeit und die jeweilige Schnittstelle. Je besser Ihre Kollegen wissen, wofür Sie als Produktmanager da sind, was sie von Ihnen erwarten können und was sie selbst liefern müssen, umso erfolgreicher können Sie in Ihrem Job als Produktmanager werden.

Tipp 10: Nützen Sie alle Ressourcen

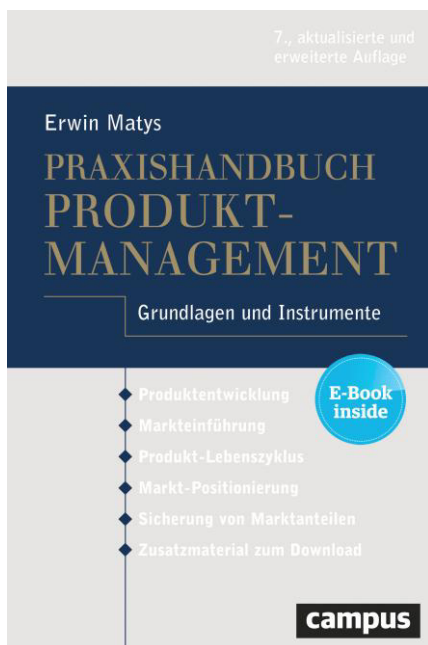
Schließlich bleibt für Ihren Einstieg noch ein wichtiger Tipp: Werden Sie sich darüber klar, dass Sie von nun an als „Unternehmer im Unternehmen“ tätig sind. Das ist für Sie vielleicht eine neue Denk- und Sichtweise, an die Sie sich erst gewöhnen müssen. Was Ihnen dabei helfen kann, ist eine Bestandsaufnahme der Ressourcen, die Ihnen zur Verfügung steht: Legen Sie in einem ersten Schritt eine Aufstellung an, worauf Sie zurückgreifen können. Dazu gehören zum Beispiel die Sales Force Ihres Unternehmens, das Partnernetzwerks Ihres Unternehmens, Ihre Werbemittler, Ihre Entwicklungsabteilung, eventuell vorhandene Service- und Beratungskräfte, die Produktion Ihres Produkts, usw. Welche Ressourcen tatsächlich auf Ihre Liste kommen, hängt natürlich von Ihrem Produkt und von Ihrem Unternehmen ab. Entscheidend ist: Sobald Sie sich einen fundierten Überblick verschafft haben, werden Sie beginnen, Ihre Ressourcen auch zu nutzen. Damit haben Sie den Grundstein für Ihren Erfolg als Produktmanager gelegt.

Mehr Tipps zu Ihrem Einstieg als Produktmanager

Wenn Sie die hier angeführten Tipps beachten, wird Ihnen Ihr Einstieg ins Produktmanagement um ein gutes Stück leichter fallen. Weitere Unterstützung für Ihren Einstieg finden Sie im Praxishandbuch Produktmanagement. Das Buch ist mittlerweile in der stark erweiterten 7. Auflage und hat mehreren Generationen von Produktmanagern das nötige Werkzeug vermittelt und zu einem passenden Rollenverständnis verholfen. Einige der Kapitel beschäftigen sich ganz speziell mit den Herausforderungen, mit denen Einsteiger ins Produktmanagement konfrontiert sind:

- Kapitel „Die persönliche Ebene“: Was von einem Produktmanager erwartet wird und welche Eigenschaften er mitbringen sollte.
- Kapitel „Die Realität im Produktmanagement“: Wie Produktmanager in heutigen Betrieben arbeiten, vor welchen Herausforderungen sie stehen und welche beruflichen Chancen sie haben.
- Kapitel „Sieben Goldene Regeln“: Bewährte Grundregeln, die von erfolgreichen Produktmanagern gelebt werden.
- Kapitel „Die ersten 100 Tage“: Eine Schritt-für-Schritt Anleitung, wie man als Produktmanager in den ersten 3 Monaten rasch punktet.
- Kapitel „Häufig gestellte Fragen“: Eine Sammlung von ausführlichen Antworten auf Fragen, die Einsteiger ins Produktmanagement beschäftigen.

Darüber hinaus bietet das Praxishandbuch Produktmanagement ein einfaches und bewährtes System, mit dem Produkte zu Erfolgsträgern gemacht werden. Jedes Kapitel enthält mehrere Anhänge, in denen die oft gesuchte praktische Hilfe zu finden ist: Anleitungen, Checklisten, Übungen und Tests ergänzen die geradlinige Struktur des Buchs.



Besonderes Kennzeichen des Praxishandbuchs ist, dass es rund um die Bedürfnisse von Produktmanagern geschrieben wurde. Kompakte Information, eine übersichtliche Struktur und ein hoher Praxisbezug sind seine wesentlichen Merkmale.

Inhaltlich schlägt das Buch die Brücke zwischen dem theoretischen Hintergrund der Produktvermarktung und der täglichen Arbeitsrealität, wie sie in modernen Unternehmen zu finden ist. Sie erhalten bewährte Informationen, die sich sowohl auf den Einsatz der richtigen Techniken als auch auf Aspekte

der Verhaltensebene beziehen. Im Vordergrund stehen stets Ihre tägliche Arbeit und die rasche Erzielung von Ergebnissen. Informationen sind immer gut aufbereitet und in einer leicht verständlichen Form zusammengestellt. Mit der erweiterten 7. Auflage von 2018 wird vom Campus Verlag zur Druckausgabe das E-Book kostenfrei mitgeliefert, so dass medienübergreifendes Lesen möglich ist.

E-Training zu Ihrem Einstieg als Produktmanager

Wenn Sie sich als Umsteiger, Quereinsteiger, Newcomer, Junior Product Manager bei Ihrem Einstieg von einem Profi begleiten lassen möchten, steht Ihnen die Praxisausbildung Produktmanagement zur Verfügung. Über einen Zeitraum von ca. einem halben Jahr erhalten Sie ein Coaching, das Sie mit dem methodischen Werkzeug vertraut macht und in Ihre Rolle als Produktmanager einführt.



Das Training wird persönlich vom Autor des Praxishandbuch Produktmanagement durchgeführt. Erwin Matys ist erfahrener Praktiker im Produktmanagement, langjähriger Marketingberater und Verfasser mehrerer sehr erfolgreicher Marketingpublikationen.

Für die Praxisausbildung Produktmanagement sind keine Vorkenntnisse erforderlich. Sie müssen also noch nicht unbedingt über Erfahrungen im Produktmanagement verfügen, um das Training sinnvoll zu belegen. Das Training ist speziell dafür geschaffen, Ihre ersten Monate im Produktmanagement erfolgreich zu gestalten.

Für Ihren Einstieg ins Produktmanagement erfüllt die Praxisausbildung mehrere Funktionen:

- Praxisvorbereitung – Sie finden heraus, was in der täglichen Arbeit tatsächlich zählt, was von Ihnen erwartet wird und wie Sie erfolgreich bestehen.
- Persönlicher Spiegel – Sie lernen den Produktmanager in Ihnen kennen und erfahren, wo seine Stärken und Schwächen liegen.
- Marketingausbildung – Sie erwerben die grundlegenden Marketingkenntnisse, die Sie in Ihrer Arbeit als Produktmanager brauchen.
- Qualifikationsnachweis – Sie erhalten eine Bestätigung, mit der Sie belegen, dass Sie persönlich vom Autor des Praxishandbuch Produktmanagement ausgebildet wurden.

Die Praxisausbildung Produktmanagement erfolgt in individueller Einzelbetreuung durch ein E-Training. Im Vergleich zu konventionellen Seminaren zeichnet sich die Praxisausbildung durch eine hohe Transfersicherung aus. Es ist sichergestellt, dass Sie die meisten der erlernten Inhalte tatsächlich in Ihre Arbeitspraxis übernehmen. Erreicht wird das durch die spezielle Arbeitsweise: Die Langzeitbetreuung stellt sicher, dass Sie ständig am Ball bleiben, denn statt nur einiger Tage werden Sie über Monate begleitet. Durch die Einzelbetreuung müssen Sie auf eventuell abweichende Anliegen anderer Teilnehmer keine Rücksicht nehmen. Und die konzentrierte Orientierung an Ihrem eigenen Produkt bedeutet, dass Sie Ihre Übungsergebnisse unmittelbar in Ihrer Arbeit weiterverwenden.

Mehr Informationen zur Praxisausbildung Produktmanagement finden Sie auf der Website praxisausbildung-produktmanagement.de oder in der ausführlichen [Kursbeschreibung zum Download](#).

Strategie, Konzept & Text








Der Autor dieses Beitrags ist seit über dreißig Jahren im Marketing tätig, seit 1993 als selbstständiger Berater. Erwin Matys begleitet Inhaber, Geschäftsführer und Produktmanager dabei, ihre Marketing- und Kommunikationsziele zu verwirklichen. Besonders geschätzt werden seine Leistungen von Auftraggebern, die hochwertige Produkte und Dienstleistungen vertreiben – in diesem Bereich verfügt er über weitreichende praktische Erfahrungen. Erwin Matys lebt und arbeitet in Wien und ist Autor der Marketingtitel Praxishandbuch Produktmanagement, Dienstleistungsmarketing und Erklärungsbedürftige Produkte bewerben und verkaufen.

dipl.ing. erwin matys
marketing & communications
austria, 1200 wien, wasnergasse 21 top 5
mitglied der wirtschaftskammer wien
tel: +43-1-374 86 50
e-mail: erwin@matys.at
xing: www.xing.com/profile/Erwin_Matys
web: www.matys.at








Weitere Downloads für Marketing & Kommunikation

Der Autor dieses Beitrags ist Marketingexperte und leistet in diesem Bereich seit Jahrzehnten grundlegende konzeptionelle Arbeit. Sein Praxishandbuch Produktmanagement (Campus Verlag) ist mittlerweile in der 7. Auflage und wird als das Standardwerk der Produktvermarktung gehandelt. Das wegweisende E-Book »Erklärungsbedürftige Produkte bewerben und verkaufen« ist unter www.matys.at sogar kostenlos zum Download verfügbar. Auf der Website von Erwin Matys finden sich viele weitere PDFs, die sich mit Vermarktung, Bewerbung, Vertrieb und Produktmanagement von hochwertigen Produkten und Dienstleistungen beschäftigen.


Marketingtools zum Download:

-  Professionelle Produktunterlagen – Der Weg zur Produktbeschreibung
-  Internationale Produktunterlagen – Im Ausland professionell auftreten
-  Wie hochwertig wirken Ihre Produkte? – Checkliste für B2B Anbieter
-  Neukundengewinnung über die Website – Für spezialisierte B2B Anbieter
-  Was ist B2B Content Marketing? – Einstieg in kostengünstiges Internet-Marketing
-  Test: Chancen Ihrer Dienstleistung – Welche Chancen hat Ihre Dienstleistung?
-  Dienstleistungen bewerben und verkaufen – Der richtige Mix für Dienstleistungen
-  Was sind erklärungsbedürftige Produkte? – Definition und Kennzeichen
-  Umfrageergebnisse: Beratungsintensive Produkte – So wird vorgegangen
-  Erklärungsbedürftige Produkte – Wer verkauft sie am besten?
-  Der Produkt-Check – Visualisierungstool für Ihren aktuellen Marketing-Mix
-  Schnittstelle Werbung-Vertrieb – Unkonventionelle Absatzsteigerung
-  Zitate für Produktmanager – Sammlung nützlicher Zitate

Karrierehilfen zum Download:

-  Praxisausbildung Produktmanagement – Das E-Training zum Buch
-  Eignungstest Marketing – Sind Sie ein Performer?
-  Wie werde ich Produktmanager? – Der Weg ins Produktmanagement
-  Neu als Produktmanager – 10 Tipps für den Start als Produktmanager
-  Karriere im Produktmanagement – Erste Orientierung im Produktmanagement
-  Entlohnung Produktmanager – Was verdienen Produktmanager?
-  Stressmanagement für Produktmanager – Stresstipps für den Alltag im Marketing

Marketingliteratur zum Download:

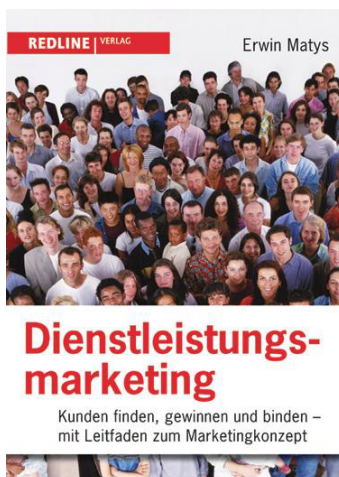
-  Praxishandbuch Produktmanagement – Ausführliche Buchvorstellung
-  Buchvorstellung Dienstleistungsmarketing – Ausführliche Buchvorstellung
-  Erklärungsbedürftige Produkte bewerben und verkaufen – Kostenloses E-Book

Publikationen von Erwin Matys



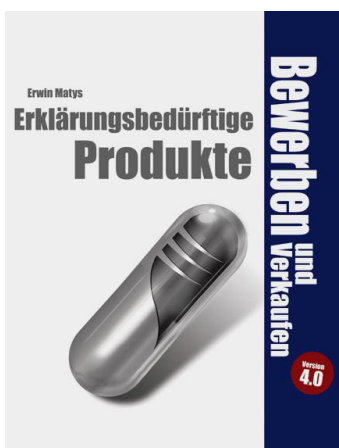
Praxishandbuch Produktmanagement

Erschienen 2001-2018 im Campus Verlag. Das Buch bedient sowohl das Informationsbedürfnis von Berufseinsteigern als auch von Profis. Es gibt einen vollständigen Leitfaden für die praktische Arbeit im Produktmanagement. Unzählige Checklisten, Übungen, Tests und Fallbeispiele ergänzen die geradlinige Struktur. Die Publikation erfreut sich unter Produktmanagern größter Beliebtheit und wird selbst von der Financial Times als Standardwerk gehandelt. Eine detaillierte Beschreibung der 7. Auflage ist als PDF verfügbar, hier ist die Bestellung online möglich.



Dienstleistungsmarketing

Das Buch behandelt die zentralen Aufgaben jedes Anbieters von Dienstleistungsprodukten: Kunden finden, gewinnen und binden. Im Rahmen von leicht nachvollziehbaren Marketinggesetzen sind die Erfahrungen erfolgreicher Anbieter zusammengestellt. Der enthaltene Leitfaden ermöglicht es selbst Einsteigern, rasch zu einem fundierten Marketingkonzept für ihre Dienstleistungsprodukte zu kommen. Der Titel ist 2004-2011 im Redline Verlag erschienen. Eine detaillierte Beschreibung der 3. Auflage ist als PDF verfügbar, hier ist die Bestellung online möglich.



Erklärungsbedürftige Produkte bewerben und verkaufen

Ein kostenloses E-Book mit 70 Seiten, auf www.matys.at als PDF zum Download. Die Publikation bietet ein bewährtes Vorgehensmodell, wie für Produkte und Dienstleistungen mit hohem Erklärungsbedarf eine erfolgreiche Kommunikation aufgebaut wird. Sie erfahren hier, welche Ansätze Sie wählen können, welche Reihenfolge der Kommunikationsmittel und -wege sinnvoll ist und wie Sie potenzielle Kunden sanft aber bestimmt an einen Kauf heranführen.