



**Dauer**  
2,5h (in der Regel später Nachmittag)

**Informationen und Termine finden Sie hier:**

- [Service\(-Geschäft\)-steigern-Ansatz-PM](#)
- [Terminplan Übersicht](#)

**Zielgruppen**

- Service-Produktmanager oder Personen mit ähnlicher Aufgabenstellung
- Service-Verantwortliche oder GFs von KMUs

**Investition**  
149 € (für MW-Kunden kostenlos)  
pro Teilnehmer zzgl. MwSt. inkl. Handout

**Teilnehmer**  
max. 8 Personen

**Weitere Informationen auf Anfrage**

**Technische Voraussetzungen (Grundlagen)**

- Stabiler Internet-Zugang
- Keine Programminstallation notwendig
- Wir empfehlen für ein erfolgreiches Training
  - ausreichend großer Monitor
  - wenn möglich externe Webcam und
  - ggf. zusätzliches Licht für gute Ausleuchtung
  - Headset
- Außerdem nicht zu vergessen:
  - möglichst störungsfreies Umfeld
  - „bequemer“ Sitzplatz
  - Getränke und ggf. Verpflegung

**Ihr Ansprechpartner**  
Martin Wiesend Die Kundendienst-Trainer GmbH  
Bamberger Straße2, 95488 Eckersdorf  
Tel +49 921 980 324  
info@kundendienst-trainer.de

Service hat für Ihr Unternehmen einen hohen Stellenwert oder wird ausgebaut? Dann sollte der Einsatz von Produktmanagement für Service eine große Rolle spielen. Themen oder Ziele, die dabei wichtig sind: **Service strukturieren, Service-Vertrieb systematisieren, Erträge steigern.**

Wie dies besser gelingen kann, zeigen und reflektieren wir mit Ihnen anhand von zentralen Hebeln in unserem kompakten Online-Seminar. Wir binden Sie dazu interaktiv mit ein und bringen Sie in Break-Out-Sessions mit den anderen Teilnehmern in Diskussion.

Freuen Sie sich auf einen spannenden Impuls mit zwei Referenten, die zum Produktmanagement von Dienstleistungen Theorie und Praxis wunderbar verknüpfen.

Und übrigens:

Die Teilnehmer schärfen Ihrer Blick, was für gezielte **#Serviceentwicklung** notwendig ist.

### Inhalte

- Strategischer Rahmen: Vom Hersteller zum Lösungsanbieter: Was hat oder müsste sich da verändern?
- Marktcompetenz: Markt- und Wettbewerbsanalyse – Zielgruppen- und Nutzenanalyse – durchführen
- Service-Portfolio: Klare Definition von Service-Produkten herstellen
- Vermarktungskonzepte: Marketing-Mix, Vertrieb und Kommunikation zum Markt ableiten
- Die Rolle des Produktmanagers für Service: Organisatorischer Rahmen und Tätigkeiten verstehen

### Ihr persönlicher Nutzen

- Mehr Klarheit über die Aufgaben als Produktmanager für Service
- Einfache Tools und Ansätze für mehr Klarheit zu Portfolio-Management und Produkten, Zielgruppen und Vermarktung
- Kollegialer Austausch



auch als  
Inhouse-Training  
auf Deutsch oder  
Englisch

