

Ulrike Laubner

Katharina Brunner | Frank Lemser | Ludwig Lingg | Eduardo Lopes

Wirksame
KOMMUNIKATION
für Produktmanager



Marktwissen aufbauen • Fakten liefern
Teamarbeit fördern • Akzeptanz steigern

Vorwort

Kommunikation wird von Unternehmen und Personalberatern als die wichtigste soziale Kompetenz der Zukunft angesehen. Eine gute Kommunikations-Kompetenz ist für Sie als Produktmanager sowohl für die Karriere als auch für ein erfolgreiches Produkt entscheidend. Doch immer noch gibt es Klagen über die Kommunikation, die an den Schnittstellen nicht gut funktioniert oder über die fehlende Akzeptanz in Unternehmen für das Produktmanagement.

Dieser einzigartige Ratgeber veranschaulicht mit Praxisbeispielen typische Kommunikations-Schwierigkeiten und zeigt Ihnen Lösungen auf. Zusätzlich können Sie direkt mit Übungen das neue Wissen trainieren. Mit der neuen Kommunikations-Kompetenz vereinfachen Sie Ihren Berufsalltag:

- Sie steigern Ihre Kommunikationsfertigkeiten.
- Sie lernen Ihre eigene Informationsweitergabe zu verbessern und Stakeholder zu überzeugen.
- Sie steigern Ihre Kompetenz, taktische Fragen zu stellen, um Markt-Knowhow aufzubauen.
- Sie bauen Wissen für kundenorientiertes Produktmanagement auf.

Ihr Unternehmen profitiert vielfach: die Geschäftsführung trifft schneller Entscheidungen, die Entwicklungsabteilung entwickelt nach echten Marktbedürfnissen, der Vertrieb verkauft leichter und die Mitarbeiter haben mehr Spass bei ihrer Arbeit.

Ich wünsche Ihnen Erfolg in der Umsetzung und die Akzeptanz der Schnittstellen, die Sie als Produktmanager

verdienen.

Dankeschön

Mein Dank gilt allen Produktmanagern, die offen über Ihre Schwierigkeiten gesprochen haben und ohne die es diesen Ratgeber nicht geben würde.

Ganz besonders möchte ich Meike Diesing, Jana Sachtleben-Wochnik und Gudrun Houry für ihre Unterstützung und Engagement zur Realisierung dieses Buches danken.

Über die Autorin

Ulrike Laubner kennt den Wert, den Produktmanager für Firmen generieren können, denn sie war als Produktmanagerin und Führungskraft in international tätigen Firmen tätig. Sie weiss, wie es ist nach bestem Wissen und Gewissen, neue Produkte in den Markt zu bringen und intern auf Hürden zu stossen. Sie hat es selber erlebt. Ihre Methoden zu Kommunikationsverbesserungen überzeugen durch eine schnelle Umsetzbarkeit und Sichtbarkeit des Erfolges. Die Basis für das Wissen hat sie in vielen Firmen und Branchen gesammelt und die Methoden selber ausprobiert.

Mit ihrer Firma Corimbus ermöglicht sie es Unternehmen und Mitarbeitern, das Knowhow im Produktmanagement mit zertifizierten Ausbildungen, Workshops und Beratung auszubauen, um kundenorientierte Produkte schneller im Markt einzuführen. Ihr Ziel ist es, mit systematischem Produktmanagement und mit wirksamer Kommunikation die Zusammenarbeit mit den zahlreichen Schnittstellen spürbar für alle zu verbessern.

Als Mitglied in der internationalen Non-Profit Organisation „Toastmasters“, coached und schult sie Mitglieder in Südwesteuropa. In den Bereichen Kommunikation und Führung werden sie dabei für deren privates wie berufliches Umfeld trainiert.

Ihre Erkenntnisse mit der Kommunikation an den Schnittstellen des Produktmanagements aber auch ihre Erfahrungen als Trainerin, Beraterin, Rednerin und

Führungskraft hat sie in diesem Praxis-Ratgeber
zusammengefasst.

www.corimbus.ch

Über die CO-Autoren

Katharina Brunner

Katharina Brunner war 20 Jahre erfolgreich im Bereich Corporate Communications von nationalen und internationalen Unternehmen tätig, bevor sie 2014 ihre eigene Beratungsfirma für User Experience gegründet hat. Den Grundstein dafür hat sie bereits mit ihrem Studium der Journalistik und Kommunikationswissenschaften gelegt. Mit der Firma Maevis Consulting in Zürich berät sie Unternehmen, die benutzerfreundliche und erfolgreiche Produkte herstellen wollen, an der Schnittstelle von Produktmanagement, IT und Marketing.

Katharina Brunner ist unter www.maevis.ch und auf Twitter @MaevisConsult zu finden.

Eduardo Lopes

Eduardo Lopes ist seit 2010 als Product-, Marketing- und Projektmanager in der Maschinenbau- sowie Connectivity-Industrie tätig. Sein Produktmanagement zeichnet sich durch wertschaffende Produkte sowie einer raschen time-to-market aus. Für seine Bachelorarbeit setzte er sich intensiv mit dem Thema Produkteinführung im B2B auseinander.

Sie können Herrn Lopes via LinkedIn oder eduardo.lopes@gmx.ch kontaktieren.

Ludwig Lingg

Ludwig Lingg ist Unternehmer, Seminarleiter und Redner. Er hilft Unternehmern und Selbstständigen mit eigenen Geschichten ihre Kundenzahl zu steigern.

Seit 2012 beschäftigt sich Ludwig Lingg intensiv mit „Geschichten erzählen“ im Business. In seinen Workshops vermittelt er Selbstständigen und Unternehmern diese äusserst wirkungsvolle Kommunikationsart. Im Juli 2015 hat er seinen Story-Power Podcast lanciert. In diesen Episoden gibt er gemeinsam mit Experten und Unternehmern seine Erfahrungen und Wissen zu diesem Thema weiter.

Ludwig Lingg können Sie auf www.storypower.ch kontaktieren.

Frank Lemser

Frank Lemser ist Wirtschaftsinformatiker und beschäftigt sich seit dem Jahr 2000 praktisch und wissenschaftlich mit seiner Leidenschaft, dem Thema Produktmanagement.

Als Geschäftsführer und Ausbilder der proProduktmanagement GmbH schult und zertifiziert er Produktmanager nach dem Open Product Management Workflow™. Er hat den Open Product Management Workflow™ und dessen Werkzeuge für das Produktmanagement entwickelt, um die Zusammenarbeit mit den angrenzenden Abteilungen zu vereinfachen und wertvolle Zeit zu sparen. In seinen Schulungen und Beratungen in Firmen stösst er immer wieder auf neue Herausforderungen und bietet Lösungen für ein rentables Produktmanagement. Herr Lemser freut sich über Ihre Kontaktaufnahme unter info@proproduktmanagement.de

Inhalt

I. Rhetorische Kompetenz

1. Die vier Kommunikationsstile
2. EGO-Marketing: Produktmanager sind wichtig.
3. 5 „Maggie-Techniken“ für mehr Würze und Wirkung
4. SERWIZ - Der Zuhörer ist Ihr Kunde
5. Wirkungsvolles Auftreten in fünf Schritten
6. Die „Black-Box“ Ihrer Kommunikation
7. Kommunikation für technisch Versierte
8. Kauderwelsch der Kulturen verstehen

II. Kommunikation mit Teams

9. Der Open Product Management Workflow™ als Kommunikations-Booster
10. Mehr Zeit mit guter Kommunikation gewinnen
11. Fakten verkürzen Entscheidungszeiten
12. Gute Kommunikation verbessert Motivation
13. Akzeptanz der Produktmanager steigern

14. Kennzahlen für Produktmanager-Leistungen
15. Die „Generation Y“ tickt anders
16. Sitzungen mit mehr Gewinn für Alle
17. Mit schwierigen Mitarbeitern reden
18. „Schwierige“ Mitarbeiter erkennen
19. Konfliktmanagement – Gewitter bereinigen

III. Kundenorientierte Kommunikation

20. Zuhören erhöht Informationsgewinn
21. Produktmanager gewinnen Marktwissen
22. Exakte Kundenanforderungen reduzieren Kosten
23. Kundenanforderungen priorisieren
24. „Zeig mal her“ - Visualisieren für bessere Produkte
25. Storytelling: Kunden süchtig nach Produkten machen
26. Marketing kommuniziert für echte Kunden
27. Ein Framework zur Produkteinführung
28. Marketing für Generation Y

Literatur- und Quellenverzeichnis



Übungen

***„Die Kunst, richtig miteinander zu kommunizieren
ist wie laufen lernen:
man fällt so oft auf die Nase
bis man liebevoll an der Hand genommen wird.“
(Wilma Eudenbach)***

I. RHETORISCHE KOMPETENZ

1. DIE VIER KOMMUNIKATIONSTILE

Stellen Sie sich folgende Situation vor: Sie sprechen mit Ihrem Geschäftsführer, der während des Gespräches auf die Uhr schaut und mit dem Fuss tippt. Dann sagt er: „Kommen Sie endlich zum Punkt.“ Was löst das in Ihnen aus?

Nehmen Sie eine bestimmte Art und Weise, wie sich Ihr Gegenüber verhält nicht persönlich. Sie wissen nicht, mit welchem Rucksack der Gesprächspartner ins Gespräch kommt. Stress im Verkehrsstau, ein krankes Kind oder eine Scheidungsphase, ein Lottogewinn oder bevorstehender Urlaub können den Verlauf von Gesprächen und die Stimmung beeinflussen.

Doch es ist unerheblich, in welcher Situation sich die Menschen befinden, denn die Kommunikationsstile sind abhängig von der Persönlichkeit eines Menschen. Wenn Sie diese erkennen, dann werden Sie adäquat darauf reagieren und Ihre Zeit und die des Gesprächspartners optimal nutzen.

„Wer auf andere Leute wirken will, der muss erst einmal in ihrer Sprache mit ihnen reden“ (Kurt Tucholsky)

Sprechen Sie die Sprache Ihres Gegenübers und vermeiden Sie Frust, Missverständnisse und weitere Sitzungen für erneute Präsentationen oder Klärung von Unklarheiten. Die