

# Produktportfolio-Management Training

## Optimierung des Gesamtwerts des Portfolios

Fast alle Organisationen starten mit einem einzigen Produkt auf dem Markt. Wenn das Produkt den Kunden einen klaren Mehrwert liefert, hat es Erfolg. Mit diesem Durchbruch wachsen die Organisationen und damit auch ihr Angebot: Die Organisationen haben nicht mehr „das eine“ Produkt, sondern ein Portfolio verschiedener Produkte.

Ein ganzes Portfolio zu optimieren ist eine signifikant komplexere Aufgabe, als ein einziges Produkt auf dem Markt zu halten. Insgesamt steigen die Aufwände, einige Produkte lassen sich erfolgreich weiterentwickeln, bei anderen stagniert der Wert oder wird durch Wettbewerbsdruck gefährdet.

Wie optimieren Sie erfolgreich ein Portfolio?

Das ist die Frage, auf die wir uns in diesem Training fokussieren. Das Training beginnt damit, verschiedene Arten von Portfolios zu betrachten (Komponenten, Projekte, Produkte, Lean etc.) und ihre Stärken, Schwächen, Effektivität und Zielsetzung herauszuarbeiten.

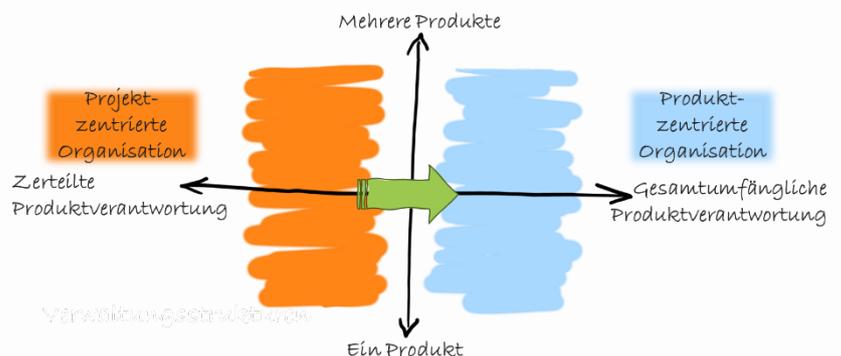
Auf dieser Grundlage reflektieren wir die bereits in Ihren Organisationen vorhandenen Portfolio-Management-Strukturen. Sie

lernen, wie Sie zu effizienten und effektiven Strukturen wechseln können. Dabei werden wir die essenziellen Parameter für erfolgreichen Produktschnitt erörtern und analysieren und wie wir zu einer "Produktzentrierten Organisation" gelangen können.

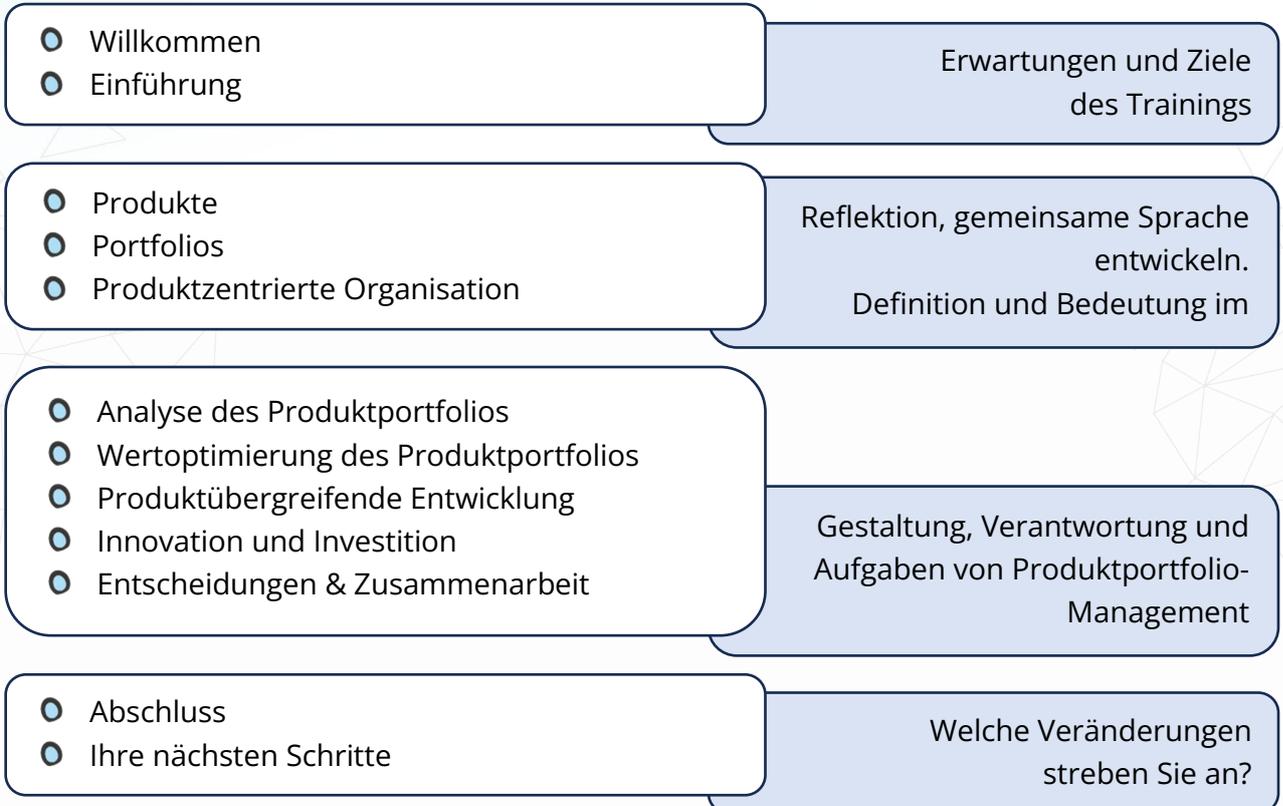
Nach dieser Analyse der Struktur widmet sich der Hauptteil des Trainings dem aktiven Management des Produktportfolios.

Sie erlernen geeignete Methoden, um den wirtschaftlichen Wert des Portfolios zu analysieren und Risiken aufzudecken. Auf dieser Grundlage vertiefen wir, wie Sie den Wert des Produktportfolios maximieren können. Dazu gehört es, die geeigneten Strategien zu entwickeln und Geschäftsrisiken auszubalancieren. In diesem Kontext diskutieren und reflektieren wir über Innovation und Investition im Portfolio. Bevor wir das Training abschließen, behandeln wir Themen wie produktübergreifende Entwicklung sowie Entscheidungsfindung und Zusammenarbeit im Produktportfolio-Management.

Um die Inhalte „greifbar“ zu machen, begleitet uns eine praxisnahe Fallstudie von Anfang bis Ende des Trainings. Anhand dieser Studie setzen Sie in gezielten Übungen das im Training besprochene theoretische Wissen um und vertiefen Ihre Fähigkeiten.



## Agenda



## Zielgruppe

Strategische Entscheider, CFOs, CEOs, CTOs, Portfolio Manager, Programm Manager, Product Owner, Product Manager, Solution Owner, Marketing, Scrum Master

## Voraussetzung

Fundierte Erfahrung im Produktmanagement

## Dauer

Zwei Tage

## Zertifizierung

Keine