



# Product Management

Virksomhedens product management-funktion sidder med nøglen til store indtjeningsforbedringer. Potentialet er meget stort i mange virksomheder

Få funktioner har i virksomhederne så store muligheder for at skabe hurtig og langsigtet impact på virksomhedens løbende indtjening som virksomhedens product management-funktion.

I de fleste virksomheder sidder produktcheferne som nøglepersoner i samspillet mellem leverandører, produktion, udvikling, marketing og salg/distribution.

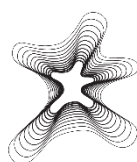
Hvis de forvalter rollen rigtigt, så kan produktcheferne flytte adskillige procentpoints forbedringer i virksomhedens rentabilitet af det løbende salg. Og med langt enklere midler end virksomhedens øvrige funktioner.

Men mange product management funktioner arbejder ikke optimalt.

De mange - og løbende ændrede - krav fra alle sider gør, at man løser de forefaldende opgaver så godt man nu kan – og har mistet den røde tråd i produktledelsen.

Dermed går virksomheden glip af store indtægter.

Med den rette hjælp kan virksomheden øge udbyttet af sin product management-funktion mærkbart. Og de enkelte produktchefer kan gøre en virkelig forskel!



brandculture

## Product management er virksomhedens mest alsidige og tværgående funktion. Det stiller store krav til struktur, arbejdsprocesser og kompetencer i funktionen – inden for rigtigt mange felter

Product management er virksomhedens mest alsidige og tværgående funktion, når det gælder opgaver og berøringsflader.

Desværre betyder det mange steder at funktionen også bliver "losseplads" for opgaver, der tvinger fokus væk fra funktionens enorme muligheder for at forbedre resultaterne i den løbende drift.

En klar produktstrategi, tydelig struktur, tydelige roller, enkle og klare processer/leveregler, skræddersyede værktøjer – og en prioritering af opgaver ud fra, hvad der har størst impact på resultaterne er en væsentlig del af opskriften på at komme til "næste niveau" i product management.

*"Der skal tænkes mere forretning og indtjening i produktfunktionen"*

I de fleste virksomheder er der en række lavthængende frugter, der kan plukkes, hvis produkt-afdelingen sætter projekterne i gang.

Men ofte er der ikke overskud til at virkeliggøre idéerne, fordi hverdagen trækker folk i retning af de reaktive opgaver.

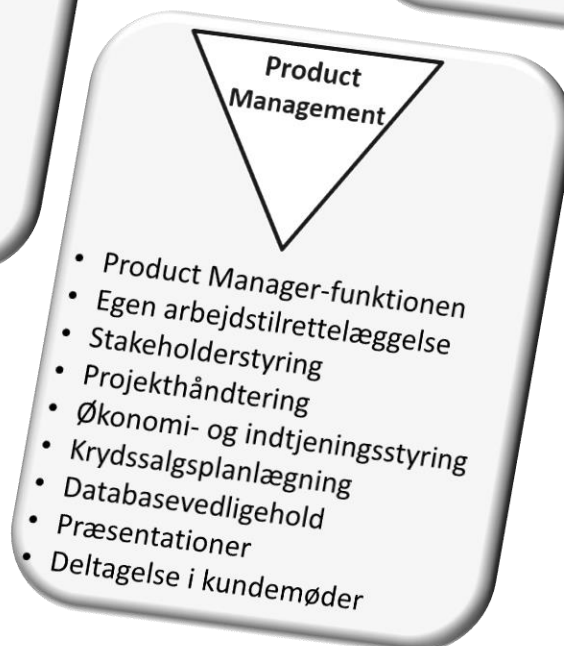


Afhængig af situationen i den enkelte product management-funktion, så vil der være forskellige tiltag, der skal til, for at udvikle resultatskabelsen.

Nogle afdelinger er "sandet til" og har brug for et nyt kickstart-fundament med strategi, processer, roller, prioriteringer, værktøjer osv.

Andre afdelinger mangler værktøjer og kompetencer til at skabe et løft i impact på drift og resultater

Funktionen som produktchef/ product manager er ofte uklart beskrevet. Der skal mestres mange fagdiscipliner



## Sparring og rådgivning til virksomhedens product management-funktion kan være vejen til markant øget indtjening

Hvad enten der er tale om sparring for ledelsen eller der skal diskuteres en forandringsproces for afdelingen, så tag kontakt til en af Brandcultures erfarne rådgivere inden for product management.



Carsten Olesen



Jørgen Holm

Vores 2 eksperter på området har – ved siden af teoretisk baggrund som MBA og Cand.Merc. - mange års erfaring fra en række virksomheder. Både som udøvende direktører og som rådgivere. Kontakt dem for en uddybende dialog om mulighederne for at hjælpe dig og din virksomhed.

[www.brandculture.dk](http://www.brandculture.dk)

Det er også en mulighed at løfte kompetenceniveauet i enheden, hvor der gennemføres en skræddersyet kompetence- og værktøjsproces.

Et eksempel på en kompetence-udviklingsproces kunne se således ud:

### Product Management 1

3-dages workshop med hovedfokus på produktchef-funktionen, struktur og egen arbejdstilrettelæggelse, produktstrategi og produkt-planlægning.

Teori, cases og praktiske værktøjer.  
*Kan med fordel gennemføres som 3 enkeltdage.*

### Product Management 2

3-dages workshop med fokus på produktchef-funktionens muligheder for at skabe indtjenings-forbedringer samt produktmarketing og håndtering af salg/distribution.

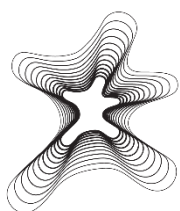
Teori, cases og praktiske værktøjer.  
*Kan med fordel gennemføres som 3 enkeltdage.*

Yderligere information på

[info@brandculture.dk](mailto:info@brandculture.dk)

Eller ring og tal med Jørgen Holm på

+45 23 83 88 66



brandculture