

# Produktmanager

## Ziele und Verantwortung

- Will Kundenbedürfnisse besser als die Konkurrenz erfüllen
- Will den Stellenwert der Produkte überzeugend an die Zielgruppen kommunizieren
- Wird den nationalen Brand Plan auf der Basis der globalen Strategie erstellen
- Wird alle operativen Tätigkeiten planen und nachhalten
- Wird Maßnahmen implementieren, welche die richtigen Kunden gewinnen und binden
- Wird starke, vertrauensvolle Marken aufbauen und pflegen
- Wird den Außendienst unterstützen durch Training, Gesprächsleitfäden, Folder, etc.
- Wird die Arbeit des Brand Teams koordinieren

## Leistungskenngrößen und Erfolgskriterien (pro Jahr)

### 1) Produkt-Kommunikation: Entwickelt Inhalte, der folgende Kriterien erfüllt

- Nutzenstiftende Botschaften, die zu einer Lösung des Kundenproblems beitragen
- Einzigartigkeit: Die Überlegenheit (USP) der Positionierung ist deutlich
- Aktion: Motiviert zur Handlung (Empfehlen, bestellen, verordnen)
- Marken-Vokabular: Die zehn wichtigsten Worte werden überall verwendet
- Drei Kernaussagen und wichtigste Zahl sind klar und belegt (Abstimmung mit Medical)
- Entwickelt Gesprächsleitfäden und Argumentationsflüsse und "Stories"
- Anpassung an unterschiedliche Medien wie iPads, Folder, Webseiten, PR
- Grad des Vertriebs-Supports: Wie gut sich der Außendienst unterstützt fühlt

### 2) CRM

Nutzt die Customer Relationship Management-Datenbank und pflegt Daten ein

### 3) Marke stärken

Stringenz im Markenauftritt über alle Medien und Kanäle

### 4) Finanzielle Größen

Ergebnisse (Marktanteile, Umsatz, Profit) werden erreicht