

- Affärsutveckling och tillväxt
- Konkurrensstrategi och positionering
- Digitala medier i marknadsarbetet



Utbudet på marknaden är enormt och skillnaderna mellan olika produkters egenskaper, kvalitet och pris kan vara små. Produkt- och varumärkesutveckling och rätt val av strategier, marknadsföringsmetoder och kanaler är avgörande för att din produkt ska synas i konkurrensen.

På Produktchefsutbildningen får du en helhetsbild av rollen som produktchef. Du lär dig bland annat att planera, genomföra och följa upp lanseringen av en produkt internt och externt, metoder för idéutveckling och hur du positionerar ert varumärke mot konkurrenter på marknaden. Du får också med dig viktiga kunskaper och analysverktyg inom bland annat varumärke, marknadskommunikation, marknadsrätt och sociala medier.

Kursledarna har lång erfarenhet inom sina områden och

mixar teori med praktiska, verklighetsnära övningar. Tid ges för diskussion och reflektion och du får chansen att utbyta erfarenheter med andra i samma yrkesroll.

Utbildningens sex dagar är uppdelade i tre block med ett block i månaden, vilket gör att du kan arbeta parallellt med utbildningen och använda dina nya kunskaper direkt.

Välkommen till en heltäckande produktchefsutbildning hos Företagsuniversitetet!

**Nästa kursstart är den 3 oktober 2022 i Stockholm.** Du kan boka dig på vår hemsida [www.foretagsuniversitetet.se](http://www.foretagsuniversitetet.se) eller ringa 08-600 62 00.

# Produktchefsutbildning

– produkt- och varumärkesutveckling i praktiken

## PROGRAM

Block 1	Block 2	Block 3
<p>→ <b>Produktchefen</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• produktspecialist och/eller produktchef?</li><li>• de viktigaste uppgifterna</li><li>• insamling, bearbetning och analyser av marknaden</li><li>• prognoser om framtida marknader</li><li>• trender och tendenser</li><li>• identifiera och utveckla marknadsmöjligheter för nya och befintliga varor och tjänster</li></ul> <p>→ <b>Marknadsföring av produkter och tjänster</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• marknadens behov och vår lösning</li><li>• affärsidén och vår marknadsdefinition</li><li>• mission, vision, strategier, taktik? Vi reder ut begreppen</li></ul> <p>→ <b>Marknads-/Produktplanen</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• mall för marknads-/produktplan</li><li>• undersökningar och analyser</li><li>• marknadsposition</li></ul> <p>→ <b>Konkurrensstrategier</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• vad har vi att konkurrera med?</li><li>• konkurrentanalys</li><li>• olika konkurrensstrategier</li></ul> <p>→ <b>Tillväxt</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• marknadspenetration eller utveckling</li><li>• Ansoff's PM-matris</li></ul>	<p>→ <b>Affärs- och produktutveckling</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• produktlivscykeln</li><li>• produktutveckling</li><li>• metoder för idéer och utveckling</li><li>• försäljningsstrategier</li><li>• bedömning av marknaden för nya varor och tjänster</li><li>• analysverktyg som Porter's 5F och Bostonmatrisen</li></ul> <p>→ <b>Prissättning</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• hur sätter man pris?</li><li>• priskänslighet</li><li>• höja priset eller sälja mer?</li><li>• sänka priset och sälja ännu mer?</li></ul> <p>→ <b>Marknadsrätt</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• marknadsföringslagen</li><li>• generalklausulen</li><li>• de direkta förbuden</li><li>• orientering om varumärkesrätten</li></ul>	<p>→ <b>Sociala medier</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• sociala medier som kommunikationsform</li><li>• hur når man fram i sociala medier?</li><li>• lyssna, svara, delta, konversera, engagera</li><li>• gör kunderna delaktiga i produktutvecklingen</li></ul> <p>→ <b>Varumärken</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• varumärken eller produktbe-teckningar</li><li>• vad är ett starkt varumärke?</li><li>• varumärkesutvidgning, port-följer</li></ul> <p>→ <b>Positionering</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• varför är positionering viktigt?</li><li>• 10 positioneringsregler</li></ul> <p>→ <b>Marknadskommunikation</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• kommunikationseffekt och mål</li><li>• kommunikationsprocessen och köpprocessen</li><li>• aktivitetsplanering</li><li>• gästföreläsare, sociala medier</li></ul>



Deltagarnas genomsnittliga betyg på kursen: **4.3** av 5

## KURSLEDARE



**Loredana Jelmini** är marknadskommunikatör och en erfaren utbildare inom marknads kommunikation, försäljning och varumärken. Med över 20 års erfarenhet av ledande roller som marknads- och kommunikationschef har hon arbetat med många av Sveriges mest välkända och respekterade varumärken inom såväl offentlig förvaltning och civilsamhälle som inom kulturella och kreativa näringar.



**Lasse Folt** har lång erfarenheter från ledningsgrupper, och har bl.a. varit VD för DesignTorget & optikerkedjan KlarSynt, marknadschef på Stockholmsmässan och Försäljningschef på NK. Sedan 4 år tillbaka undervisar han på heltid vid högskolor och universitet i bl.a. affärsekonomi, ledarskap och marknadsföring.



**Joakim Wessman** är advokat med specialkompetens inom risk och kredit. Han har mer än 20 års erfarenhet av att utbilda i juridik och omvandlar teori till praktisk tillämpning.



**Natalie Eriksson** arbetar med marknadsföring och sociala medier för några av Sveriges största varumärken. Hon är också författare, föreläsare, sociala medie-skrubent på Resumé och brinner för att utveckla företag och varumärken.

Fantastiskt engagemang, kunskap och utlärande, fint kursmaterial som är enhetligt, lätt att ta in och läsa. Loredana kan konsten att situationsanpassa sitt budskap och lärande till varje deltagare och grupp som gör att alla har lätt att ta till sig de nya kunskaperna. Toppklass!



Mycket kompetenta kursledare - de inspirerade och delade med sig av sin erfarenhet med verkliga exempel.



## FAKTA

### Deltagare

Produktchefer, blivande produktchefer samt produktansvariga som vill bli mer affärsmässiga och marknadsinriktade.

### Utbildningens mål

Målet är att ge dig kunskaper som behövs för att

- bli framgångsrik i rollen som produktchef
- utveckla en effektivare marknadsföring
- planera, genomföra och följa upp marknadsföringen av ett varumärke eller en produkt
- skapa marknads-/produktplaner
- använda sociala medier i produktutveckling och varumärkesarbete.

### Metod

Utbildningen ger en god teoretisk grund som tillämpas genom ett antal verklighetsnära övningar. Utrymme ges för erfarenhetsutbyte, diskussioner och reflektion.

### Kursledare

Advokat Joakim Wessman  
Lasse Folt  
Loredana Jelmini  
Natalie Eriksson

### Kursavgift

I kursavgiften ingår kursdokumentation samt i de fall kursen genomförs på plats i våra kurslokaler även luncher samt för- och eftermiddagskaffe. Moms tillkommer.

### Bokning och rådgivning

För bokning ring 08-600 62 00 eller skicka e-post till [bokning@foretagsuniversitetet.se](mailto:bokning@foretagsuniversitetet.se). För information och kursrådgivning ring 08-600 62 00 eller skicka e-post till [kurs@foretagsuniversitetet.se](mailto:kurs@foretagsuniversitetet.se).

## DATUM

## Ort

## Kursavgift

3-4 oktober, 7-8 november och 6-7 december 2022

Stockholm

48 000

28-29 mars, 26-27 april och 25-26 maj 2023

Stockholm

48 000

**Stockholm:** Kurser i Stockholm äger rum på Posthuset, Vasagatan 28 i Stockholm. För dig som deltar i våra utbildningar erbjuder vi specialpris på två fina hotell nära kurslokalen: Nordic Light Hotel: boka på [nordiclighthotel.com](http://nordiclighthotel.com) och ange bokningskod "FUN-deltagare" eller Clarion Hotel Sign: ring 08-676 98 00 eller mejla till [cl.sign@choice.se](mailto:cl.sign@choice.se) och uppge avtalsnummer CH2005318.

**Tider:** 10.00-17.00 första dagen i varje block och 09.00-16.00 övriga dagar.

I kursavgiften ingår kursdokumentation, luncher samt för- och eftermiddagskaffe. Moms tillkommer.



## Vill du höja din kompetens ytterligare?

### Hos oss finns alla möjligheter!

Företagsuniversitetet erbjuder dig fortbildning i tre olika former: öppna kurser, företagsanpassade utbildningar och konferenser.

### Kompetensutveckling ger starkare företag

Vi vet att en utbildning är en investering för framtiden, både för dig som anställd och för ditt företag. Därför är vår ambition att erbjuda dig utbildningar av högsta kvalitet, det vill säga med aktuellt och relevant innehåll, god pedagogik som kombinerar teori med många praktiska övningar och diskussioner. Och inte minst viktigt – en service på toppnivå, allt för att skapa bästa möjliga förutsättningar för inläring.