



Position: Senior Product Manager (m/w/d)



Unternehmen: Ein europäischer global Player



als Anbieter von Wärmepumpen

Das könnte er sein - Ihr neuer Arbeitgeber:

Das Unternehmen ist Systemanbieter für Lösungen zur Steigerung des Wohnkomforts, deren Herzstück die Wärmepumpe ist. Ob Sole/Wasser, Luft/Wasser oder Abluftsysteme, unser Kunde hat für jede Anforderung das richtige System. Insbesondere im Domestic-Bereich ist er mit seinen Produkten führend und heute als Anbieter hocheffizienter Lösungen nicht mehr wegzudenken. Der Konzern gehört mit seinen 15.000 Mitarbeitern zu den Marktführern und ist in Deutschland einer der TOP 10 Anbieter in Europa.

Aktuell wird in Deutschland mit 70 Mitarbeitern ein Geschäftsvolumen von circa 50 Millionen Euro per annum erwirtschaftet. Hier das Unternehmen vom seinem Haupthaus in Norddeutschland und forciert Sales, Sales Support und Service dieser anspruchsvollen Produktpalette. Eine flächendeckend agierende Mannschaft für Verkaufsberatung und Service "im Feld" beim Endkunden oder Fachhandwerker, steht mit technischem Rat und Tat zur Seite und garantiert eine hohe Kundenzufriedenheit. Im Innendienst koordinieren und unterstützen weitere Kollegen (m/w/d) durch technische Beratung und Abwicklung der Servicevorgänge diese Organisation im Tagesgeschäft.

Darüber hinaus unterstützt ein Team von 5 Kollegen (m/w/d), das mit der neu geschaffenen Position verstärkt werden soll, durch technisches Product Management, Werbung, Messewesen, Online-Marketing und Kundenschulungen.

Neben der hervorragenden Qualität und der "runden", nahezu lückenlosen Produktpalette in ihrem Segment bilden die Marktexpertise der Verkaufsmannschaft in Verbindung mit schlüssigen Argumenten für die Marke die Basis für den Erfolg im Vertrieb. Dieser Erfolg soll weiter gesteigert werden. Nicht lediglich durch eine Vergrößerung der Vertriebsmannschaft, sondern auch durch eine Steigerung derer "Schlagkraft". Gute Argumente, optimale Darstellung und hohe Passgenauigkeit der Produkte an die Bedürfnisse des heimischen Markts sollen die Katalysatoren für das weitere starke Wachstum darstellen. Wir suchen die Person, die das vorantreibt und fokussiert als Idealbesetzung für die neu geschaffene Position des Senior Product Managers (m/w/d) – vielleicht Sie?

Rechtlicher Hinweis:

Die Inhalte der Positionsbeschreibung orientieren sich ausdrücklich an den Forderungen des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes in der Fassung vom 14.08.06, das die Diskriminierung oder Benachteiligung im Arbeitsleben aufgrund des Geschlechts, der Rasse, der ethnischen Herkunft, der Religion oder Weltanschauung, des Alters, einer Behinderung oder sexueller Identität verbietet. Sollten einzelne Passagen dieses Anforderungsprofils teilweise missverständlich oder nicht eindeutig formuliert sein, so stellt dies lediglich einen formalen Mangel dar, der keinerlei Einfluss auf die inhaltlichen Entscheidungskriterien zur Besetzung der vakanten Position hat.



Die Antworten auf Ihre ersten Fragen zur Position:



"Wo werde ich arbeiten?"

Ihr arbeitstäglicher Anlaufpunkt wird die Firmenzentrale im Großraum Hannover sein, in der Sie eine moderne Infrastruktur mit zeitgemäßen Arbeitsbedingungen erwartet. Dies wird auch der regionale Schwerpunkt Ihrer Tätigkeit sein. Von dort aus bedienen Sie prinzipiell alle internen und externen Schnittstellen, die es in Ihrer Aufgabe zu betreuen gilt.

Zu einem guten Teil ist aber auch Ihre persönliche Präsenz "im Feld" gefordert. Sei es bei der Unterstützung des Vertriebsaußendiensts vor Ort, wenn es technisch besonders komplexe oder bedeutsame Projekte zu bedienen gilt, sei es bei Schulungen jedweder Art, die sich an die eigene Vertriebsorganisation, Multiplikatoren oder an Endkunden und Verbraucher richten. Auch bei überregionalen Messen oder Verkaufsveranstaltungen von besonderer Bedeutung kann Ihre Anwesenheit von Relevanz sein. In seltenen Fällen können Sie auch persönlich durch Ihre Anwesenheit in einschlägigen Konzernrunden gefragt sein, die außerhalb Deutschlands abgehalten werden.





"Mit wem arbeite ich zusammen und wer ist mein Chef?"

Intern sind Sie in ein fünfköpfiges Team eingebunden, das mit Ihnen an den Themen technisches Produktmanagement, Marketing, Onlinemarketing und Social Media sowie Schulungswesen (Kundenund Partnerprogramme) arbeitet.

Konzernseitig sind Sie mit dem dortigen Produktmanagement in regelmäßigem Austausch. Ihre Einbindung in globale Projekte ist denkbar, Stand heute aber noch nicht aktuell. Mit der deutschen Vertriebsorganisation findet ein regelmäßiger und intensiver Austausch statt. In diesem Zusammenhang vermitteln Sie Kenntnisse über Marktstrukturen und Zusammenhänge, die dazu dienen, selbst schlüssige Konzepte und Verkaufsargumentationen zu entwickeln. Ihnen werden hingegen dort Erkenntnisse und Rückmeldungen aus dem Markt übermittelt, die wiederum neue Impulse bewirken können. In dieser vielschichtigen Aufgabe werden Sie durch Ihren Geschäftsführer unterstützt, der Ihnen gerne zu grundlegenden oder richtungsweisenden Fragestellungen die notwendige Entscheidung bietet.







"Und was genau wäre jetzt meine neue Aufgabe in dem Team?"

Sie verantworten die Produktmanagement- und Marketingaktivitäten des Unternehmens. Diese Verantwortung kann wie folgt umrissen werden:

Im Marketing verantworten Sie:

- die Erstellung der Marketingplanung
- Produkteinführungen und den dazu gehörigen Marketing Mix
- die Organisation regelmäßiger Kundeninformationen mit Dialogmail und/oder Fachmitteilungen
- die Erstellung von Schulungs- und Präsentationsunterlagen sowie die Durchführung von Schulungen und Präsentationen

Im Produktmanagement verantworten Sie:

- das Erheben relevanter Markt-, Kunden und Wettbewerbsinformation sowie die Ableitung daraus folgender Aktivitäten
- die Erstellung von Spezifikationen für Produktanpassungen und Produktentwicklungen
- das Aufzeigen von Marktchancen mit Produktanwendungen und Ableitung dazu geeigneter Kommunikationsmaßnahmen
- die Beobachtung und Nutzung relevanter Rahmenbedingungen aus dem Bereich Normen und rechtlicher Rahmenbedingungen (z.B. Gebäudeenergiegesetz, Förderbedingungen)
- Initiierung, Konzeption und Erstellung von Verkaufsunterlagen (dies umfasst auch die lokale Adaption der Produktunterlagen aus dem Stammhaus)
- Spezifikation relevanter Zubehörartikel für den Einkauf

Darüber hinaus sind Sie maßgeblich in die Organisation der Zusammenarbeit zwischen den Fachabteilungen und mit dem Stammhaus eingebunden. Bei der Betreuung von Großkunden sind Sie mit Ihrer Fachexpertise regelmäßig persönlich gefragt.



"Welche Ausbildungsvoraussetzungen werden erwartet?"



Sie verfügen über ein abgeschlossenes Hochschulstudium aus dem Bereich der Technischen Gebäudeausrüstung oder daran angrenzenden Disziplinen wie zum Beispiel dem Maschinenbau, der Elektrotechnik oder des Bauingenieurwesens. Auch anders geartete Qualifikationen sind für diese Aufgabe denkbar, sollten dann aber durch einschlägige Praxis- und Vorerfahrungen hinterlegt sein. Sicheres Englisch in Wort und Schrift ist für diese Position auf jeden Fall eine Voraussetzung.







"Welcher berufliche Hintergrund wäre für diese Position als Vorerfahrung sinnvoll?"



Idealerweise bewegen Sie sich bereits heute in der Branche der Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik und bekleiden aktuell eine vergleichbaren Position im Produktmanagement, der Produktentwicklung oder dem technischen Marketing. Die grundlegende Funktionsweise von Heizungsanlagen und eventuell auch der damit zusammenhängenden Bauphysik sollte Ihnen aufgrund Ihrer beruflichen Vorerfahrung bekannt sein.

Andere Möglichkeiten, sich dem gewünschten Anforderungsprofil für diese Aufgabe anzunähern, sind auch denkbar. Kleinste gemeinsame Nenner sind eine ausgeprägte technische Expertise bezüglich der Funktionsweise von Heiz- oder Kühlsystemen und der Vermarktung technischer Produkte.



"Was für ein Typ Mensch sollte ich sein, um an dieser Aufgabe Freude zu entwickeln und erfolgreich zu sein?"



Sie sollten einfach ein Product Manager aus Leidenschaft sein oder werden können! Dazu gehört die Fähigkeit, technische Zusammenhänge punktgenau erfassen und zielgruppengerecht mit dem zugehörigen überzeugenden Auftreten vermitteln zu können. Aber auch die – oft vielstimmigen – Rückmeldungen aus dem Verkauf sollten Sie aufnehmen und auswerten können, um daraus sinnvolle Aktivitäten für den Markt zu entwickeln.

Es ist einfach eine Kombination aus allem, was Sie reizen muss: Strategisch denken und wissen, wie die Märkte in der Gebäudetechnik funktionieren und wenn nötig auch kurzzeitig ins technische Detail eintauchen, um beispielsweise USPs zu erfassen und daraus eine Vermarktungsstrategie entwickeln zu können. Wenn Sie dafür der richtige Typ Mensch sind - dann lassen Sie uns reden!

