

BEROEPSKWALIFICATIE

Productmanager

BK-0571-1

1. Globaal

1.1 TITEL

Productmanager

1.2 DEFINITIE

De productmanager beheert de complete levenscyclus van een product/productengamma op technisch, tactisch, logistiek en strategisch gebied teneinde de realisatie van de product-marketingstrategie van de organisatie te garanderen.

1.3 NIVEAU (VKS EN EQF)

6

1.4 JAAR VAN ERKENNING

versie 1, 2022

2. Competenties

2.1 OPSOMMING COMPETENTIES

Competentie 1:

Onderzoekt een product, dienst of merk

- Analyseert de functionaliteiten en eigenschappen van het product of de dienst (materialen, met welke processen komt het tot stand, kostprijs, design, mogelijke alternatieven, ...)

- Analyseert markttrends en -ontwikkelingen
- Analyseert indicatoren die de productwaarde bepalen (loyaliteit van klanten aan het product, productbekendheid, gepercipieerde kwaliteit, productassociaties, ...)
- Raadpleegt marktonderzoeksrapporten, vaktijdschriften, nieuwsbrieven van brancheorganisaties, internetforums, ...
- Onderzoekt mogelijke innovaties
- Analyseert de productpositionering
- Formuleert de productbelofte vanuit de productpositionering en de productwaarden
- Legt per doelgroep, productcombinatie, marktcombinatie, kanaal en locatie differentiaties vast
- Maakt een syntheserapport op basis van de analyse
- Formuleert voorstellen ter verbetering van het merk, dienst of product o.b.v. de analyseresultaten
- Bespreekt het rapport en de verbetervoorstellen met de marketing manager

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van zakelijke communicatie
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van redactionele normen
- Kennis van branding
- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Engels: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van software voor databankbeheer
- Kennis van wetenschappelijke onderzoeksmethodes
- Grondige kennis van statistische analyse
- Grondige kennis van statistische software
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van productinnovatie

Competentie 2:

Onderzoekt het klantengedrag in functie van een specifieke product(groep)

- Analyseert demografische indicatoren (leeftijd, geslacht, etniciteit, locatie, ...)
- Analyseert sociaal-economische indicatoren (opleiding, inkomen, beroep, gezinssamenstelling, ...)
- Analyseert referentiegroepen (vrienden, leeftijdsgenoten, bekende mensen, ...)

- Analyseert economische indicatoren (economische conjunctuur, arbeidsmarktsituatie, consumentenvertrouwen, ...)
- Maakt een rapport met alle bevindingen uit de analyses
- Formuleert voorstellen ter verbetering van het o.b.v. de analyseresultaten
- Bespreekt het rapport en de verbetervoorstellen met de marketing manager

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van branding
- Kennis van digitale communicatie
- Kennis van sociale media
- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Engels: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van administratief beheer
- Kennis van geomarketing
- Kennis van sociologie (consumentengedrag, groepsgedrag...)
- Kennis van software voor databankbeheer
- Kennis van software voor het opstellen en analyseren van vragenlijsten
- Grondige kennis van statistische analyse
- Grondige kennis van statistische software
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van productinnovatie

Competentie 3:

Ondersteunt in het bepalen van de doelgroepen en segmentatie in functie van een specifieke product(groep)

- Maakt een analyse van de profielen van de potentiële doelgroep(en)
- Zoekt naar relaties tussen de parameters in de klanten- of prospectenprofielen en verkoopcijfers van een specifieke product(groep)
- Segmenteert klanten- of prospectenprofielen volgens bedrijfsgrootte, omzet, winst, toegevoegde waarde, aantal werknemers, leeftijd van het bedrijf, de groeisnelheid, ...

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van methodes voor risicoanalyse
- Kennis van commerciële distributiekkanalen
- Kennis van typologie van klanten

- Kennis van productietechnieken
- Kennis van grondstoffen/producten
- Kennis van ICT
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van Key Performance Indicators (KPI)
- Kennis van administratief beheer
- Kennis van geomarketing
- Kennis van datamining
- Kennis van sociologie (consumentengedrag, groepsgedrag...)
- Kennis van software voor databankbeheer
- Grondige kennis van commerciële technieken
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van productinnovatie

Competentie 4:

Ontwikkelt een productstrategie en planning op korte en lange termijn

- Bespreekt de resultaten van de analyse met de commerciële, juridische, productie/technisch en R&D departementen
- Bepaalt de doelstellingen op korte en lange termijn
- Bepaalt welke productaanpassingen, -innovaties, stopzettingen nodig zijn
- Introduceert nieuwe producten
- Stelt verkoopsprognoses op in samenwerking met het commercieel departement
- Schat in welke financiële middelen (ontwikkeling, productie, commercialisatie ...) nodig zijn op korte en lange termijn
- Bepaalt de productstrategie in samenspraak met de marketing manager
- Past technieken van co-creatie toe

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van intellectueel eigendomsrecht
- Kennis van budgetbeheer
- Kennis van financieel beheer
- Kennis van commerciële distributiekanaalen
- Kennis van planningstechnieken
- Kennis van productietechnieken
- Kennis van grondstoffen/producten
- Kennis van ICT
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van rapporteringstechnieken
- Kennis van Key Performance Indicators (KPI)
- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Engels: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige

mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.

- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van geomarketing
- Kennis van software voor databankbeheer
- Kennis van procesbeheer
- Kennis van procesanalyse
- Grondige kennis van methodes voor probleemoplossing
- Grondige kennis van kwaliteitsnormen
- Grondige kennis van commerciële technieken
- Grondige kennis van veiligheidswetgeving
- Grondige kennis van milieuwetgeving
- Grondige kennis van communicatietechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van productinnovatie

Competentie 5:

Operationaliseert de productstrategie op korte termijn

- Zet de doelstellingen om in concrete projecten/acties
- Bepaalt de financiële middelen die nodig zijn project/actie
- Bespreekt het actieplan met alle betrokken departementen
- Stelt een planning op en past ze aan wijzigende omstandigheden aan
- Verdeelt taken en verantwoordelijkheden
- Informeert, begeleidt, stuurt en motiveert (nieuwe) medewerkers
- Controleert de uitvoering van de opdrachten en het naleven van procedures
- Organiseert en leidt teamvergaderingen
- Coördineert de uitwerking van het actieplan
- Stuurt, indien nodig, de uitwerking van het actieplan bij
- Past technieken van co-creatie toe

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van intellectueel eigendomsrecht
- Kennis van managementtechnieken
- Kennis van budgetbeheer
- Kennis van financieel beheer
- Kennis van vergadertechnieken
- Kennis van commerciële distributiekkanalen
- Kennis van regelgeving e-commerce
- Kennis van planningstechnieken
- Kennis van productietechnieken
- Kennis van zakelijke communicatie
- Kennis van grondstoffen/producten
- Kennis van ICT
- Kennis van kantoorsoftware

- Kennis van technieken voor het leiden van een team
- Kennis van branding
- Kennis van Key Performance Indicators (KPI)
- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Engels: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van administratief beheer
- Kennis van software 3D-modellering
- Kennis van procesbeheer
- Kennis van procesanalyse
- Grondige kennis van methodes voor probleemoplossing
- Grondige kennis van kwaliteitsnormen
- Grondige kennis van commerciële technieken
- Grondige kennis van veiligheidswetgeving
- Grondige kennis van milieuwetgeving
- Grondige kennis van productinnovatie

Competentie 6:

Ontwikkelt indicatoren

- Stelt monitorings- en procesparameters op om de voortgang te evalueren
- Formuleert verbetervoorstellen/alternatieven voor de productgerichtheid o.b.v. de vaststellingen
- Bespreekt de voorstellen en alternatieven met de marketing manager

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van ICT
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van Key Performance Indicators (KPI)
- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Engels: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige

mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.

- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van datamining
- Kennis van software voor databankbeheer
- Grondige kennis van kwaliteitsnormen
- Grondige kennis van veiligheidswetgeving
- Grondige kennis van milieuwetgeving
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingtechnieken

Competentie 7:

Coördineert productinnovaties (productverbeteringen en nieuwe producten)

- Coördineert productinnovaties in samenwerking met het marketingdepartement
- Communiceert de technische informatie omtrent productinnovaties
- Volgt het volledige proces op (design, ontwikkeling, uitfasering van producten)
- Brengt de producten naar de markt is samenspraak met het marketingdepartement
- Voert berekeningen, metingen, experimenten en observaties uit
- Controleert de resultaten
- Bewaakt de rentabiliteit van de productportefeuille
- Stelt een planning op en past ze aan wijzigende omstandigheden aan
- Verdeelt taken en verantwoordelijkheden
- Informeert, begeleidt, stuurt en motiveert (nieuwe) medewerkers
- Controleert de uitvoering van de opdrachten en het naleven van procedures
- Organiseert en leidt teamvergaderingen
- Stuurt bij waar nodig
- Formuleert voorstellen en alternatieven voor een optimalisatie van productinnovaties
- Past technieken van co-creatie toe

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van methodes voor risicoanalyse
- Kennis van managementtechnieken
- Kennis van commerciële distributiekkanalen
- Kennis van regelgeving e-commerce
- Kennis van planningstechnieken
- Kennis van productietechnieken
- Kennis van grondstoffen/producten
- Kennis van ICT
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van technieken voor het leiden van een team
- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.

- Kennis van Engels: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van administratief beheer
- Kennis van software voor databankbeheer
- Kennis van procesbeheer
- Kennis van procesanalyse
- Grondige kennis van methodes voor probleemoplossing
- Grondige kennis van kwaliteitsnormen
- Grondige kennis van commerciële technieken
- Grondige kennis van communicatietechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingtechnieken

Competentie 8:

Werkt samen met universiteiten en technische centra,... op het gebied van onderzoek en ontwikkeling

- Bouwt een netwerk van contacten op en onderhoudt deze
- Participeert eventueel aan informatieve of technische werkgroepen
- Werkt, indien nodig, samen met onderzoeks- en ontwikkelingscentra

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van zakelijke communicatie
- Kennis van ICT
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Engels: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van wetenschappelijke onderzoeksmethodes
- Grondige kennis van statistische analyse

- Grondige kennis van communicatietechnieken
- Grondige kennis van statistische software
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingtechnieken

Competentie 9:

Onderhoudt een professioneel netwerk

- Wisselt kennis uit met collega's
- Legt en onderhoudt contacten met mogelijke partners
- Bezoekt beurzen, salons...
- Bouwt een professioneel netwerk uit op sociale media

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van digitale communicatie
- Kennis van Key Performance Indicators (KPI)
- Kennis van sociale media
- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Engels: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van administratief beheer
- Kennis van geomarketing
- Grondige kennis van communicatietechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingtechnieken

Competentie 10:

Ontwikkelt permanent de eigen deskundigheid

- Informeert zich over de ontwikkelingen in de vakgebieden van marketing, sales, productgamma
- Informeert zich over evoluties in de afzetmarkt
- Informeert zich over nieuwe toepassingsmogelijkheden van bestaande producten
- Identificeert de behoefte aan verdere ontwikkeling in relatie tot andere vakgebieden
- Volgt nieuwe evoluties op in relatie tot andere vakgebieden
- Verwerft nieuwe kennis en vaardigheden in relatie tot andere vakgebieden
- Blijft op de hoogte van trends en ontwikkelingen
- Deelt verworven kennis met medewerkers en collega's van andere vakgebieden

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van ICT
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van redactionele normen
- Kennis van rapporteringstechnieken
- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Engels: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van geomarketing
- Kennis van wetenschappelijke onderzoeksmethodes
- Grondige kennis van communicatietechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingtechnieken

2.2 BESCHRIJVING COMPETENTIES ADHV DE DESCRIPTORELEMENTEN

Kennis

- Kennis van methodes voor risicoanalyse
- Kennis van intellectueel eigendomsrecht
- Kennis van managementtechnieken
- Kennis van budgetbeheer
- Kennis van financieel beheer
- Kennis van vergadertechnieken
- Kennis van commerciële distributiekkanalen
- Kennis van regelgeving e-commerce
- Kennis van planningstechnieken
- Kennis van typologie van klanten
- Kennis van productietechnieken
- Kennis van zakelijke communicatie
- Kennis van grondstoffen/producten
- Kennis van ICT
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van redactionele normen
- Kennis van rapporteringstechnieken
- Kennis van technieken voor het leiden van een team
- Kennis van branding

- Kennis van digitale communicatie
- Kennis van Key Performance Indicators (KPI)
- Kennis van sociale media
- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Engels: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van administratief beheer
- Kennis van geomarketing
- Kennis van datamining
- Kennis van sociologie (consumentengedrag, groepsgedrag...)
- Kennis van software 3D-modellering
- Kennis van software voor databankbeheer
- Kennis van software voor het opstellen en analyseren van vragenlijsten
- Kennis van wetenschappelijke onderzoeksmethodes
- Kennis van procesbeheer
- Kennis van procesanalyse

- Grondige kennis van statistische analyse
- Grondige kennis van methodes voor probleemoplossing
- Grondige kennis van kwaliteitsnormen
- Grondige kennis van commerciële technieken
- Grondige kennis van veiligheidswetgeving
- Grondige kennis van milieuwetgeving
- Grondige kennis van communicatietechnieken
- Grondige kennis van statistische software
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van productinnovatie

Cognitieve vaardigheden

- Analyseert de functionaliteiten en eigenschappen van het product of de dienst (materialen, met welke processen komt het tot stand, kostprijs, design, mogelijke alternatieven, ...)
- Analyseert markttrends en -ontwikkelingen
- Analyseert indicatoren die de productwaarde bepalen (loyaliteit van klanten aan het product, productbekendheid, gepercipieerde kwaliteit, productassociaties, ...)

- Raadpleegt marktonderzoeksrapporten, vaktijdschriften, nieuwsbrieven van brancheorganisaties, internetforums, ...
- Onderzoekt mogelijke innovaties
- Analyseert de productpositionering
- Formuleert de productbelofte vanuit de productpositionering en de productwaarden
- Legt per doelgroep, productcombinatie, marktcombinatie, kanaal en locatie differentiaties vast
- Analyseert demografische indicatoren (leeftijd, geslacht, etniciteit, locatie, ...)
- Analyseert sociaal-economische indicatoren (opleiding, inkomen, beroep, gezinssamenstelling, ...)
- Analyseert referentiegroepen (vrienden, leeftijdsgenoten, bekende mensen, ...)
- Analyseert economische indicatoren (economische conjunctuur, arbeidsmarktsituatie, consumentenvertrouwen, ...)
- Maakt een analyse van de profielen van de potentiële doelgroep(en)
- Zoekt naar relaties tussen de parameters in de klanten- of prospectenprofielen en verkoopcijfers van een specifieke product(groep)
- Segmenteert klanten- of prospectenprofielen volgens bedrijfsgrootte, omzet, winst, toegevoegde waarde, aantal werknemers, leeftijd van het bedrijf, de groeisnelheid, ...
- Bespreekt de resultaten van de analyse met de commerciële, juridische, productie/technisch en R&D departementen
- Bepaalt de doelstellingen op korte en lange termijn
- Bepaalt welke productaanpassingen, -innovaties, stopzettingen nodig zijn
- Introduceert nieuwe producten
- Stelt verkoopsprognoses op in samenwerking met het commercieel departement
- Schat in welke financiële middelen (ontwikkeling, productie, commercialisatie ...) nodig zijn op korte en lange termijn
- Bepaalt de productstrategie in samenspraak met de marketing manager
- Stelt monitorings- en procesparameters op om de voortgang te evalueren
- Coördineert productinnovaties in samenwerking met het marketingdepartement
- Communiceert de technische informatie omtrent productinnovaties
- Volgt het volledige proces op (design, ontwikkeling, uitfasering van producten)
- Brengt de producten naar de markt in samenspraak met het marketingdepartement
- Voert berekeningen, metingen, experimenten en observaties uit
- Controleert de resultaten
- Bewaakt de rentabiliteit van de productportefeuille
- Bouwt een netwerk van contacten op en onderhoudt deze
- Participeert eventueel aan informatieve of technische werkgroepen
- Werkt, indien nodig, samen met onderzoeks- en ontwikkelingscentra
- Wisselt kennis uit met collega's
- Legt en onderhoudt contacten met mogelijke partners
- Bezoekt beurzen, salons...
- Bouwt een professioneel netwerk uit op sociale media
- Maakt een syntheserapport op basis van de analyse
- Maakt een rapport met alle bevindingen uit de analyses
- Zet de doelstellingen om in concrete projecten/acties
- Bepaalt de financiële middelen die nodig zijn project/actie
- Bespreekt het actieplan met alle betrokken departementen
- Coördineert de uitwerking van het actieplan
- Informeert zich over de ontwikkelingen in de vakgebieden van marketing, sales, productgamma

- Informeert zich over evoluties in de afzetmarkt
- Informeert zich over nieuwe toepassingsmogelijkheden van bestaande producten
- Identificeert de behoefte aan verdere ontwikkeling in relatie tot andere vakgebieden
- Volgt nieuwe evoluties op in relatie tot andere vakgebieden
- Verwerft nieuwe kennis en vaardigheden in relatie tot andere vakgebieden
- Blijft op de hoogte van trends en ontwikkelingen
- Deelt verworven kennis met medewerkers en collega's van andere vakgebieden
- Verdeelt taken en verantwoordelijkheden
- Informeert, begeleidt, stuurt en motiveert (nieuwe) medewerkers
- Controleert de uitvoering van de opdrachten en het naleven van procedures
- Organiseert en leidt teamvergaderingen
- Past technieken van co-creatie toe

Probleemoplossende vaardigheden

- Formuleert voorstellen ter verbetering van het merk, dienst of product o.b.v. de analyseresultaten
- Formuleert voorstellen ter verbetering van het o.b.v. de analyseresultaten
- Bespreekt het rapport en de verbetervoorstellen met de marketing manager
- Stelt een planning op en past ze aan wijzigende omstandigheden aan
- Stuurt, indien nodig, de uitwerking van het actieplan bij
- Formuleert verbetervoorstellen/alternatieven voor de productgerichtheid o.b.v. de vaststellingen
- Bespreekt de voorstellen en alternatieven met de marketing manager
- Stuurt bij waar nodig
- Formuleert voorstellen en alternatieven voor een optimalisatie van productinnovaties
- Stelt een planning op en past ze aan wijzigende omstandigheden aan

Motorische vaardigheden

Omgevingscontext

- Dit beroep wordt hoofdzakelijk uitgeoefend in een kantooromgeving
- Het wordt overwegend uitgeoefend in een dag-systeem
- De werkdruk kan variëren en pieken bereiken naargelang de noden van en de situatie in het bedrijf/project.
- De beroepsuitoefening varieert naargelang de grootte van het bedrijf en volgens de bedrijfsactiviteiten.
- De uitvoering van dit beroep vraagt afstemming met de betrokken afdelingen in functie van een optimaal product en proces.
- Dit beroep wordt eerder in een abstracte, conceptuele, wisselende context uitgeoefend.
- Binnen dit beroep is het werken in team en een doeltreffende communicatie essentieel.
- Voor een goede uitvoering van het beroep is multidisciplinair werken en overleg noodzakelijk
- In sommige gevallen is bedrijfsoverstijgende samenwerking wenselijk
- Werken met de nodige flexibiliteit (ook wat de werktijden betreft) en polyvalentie is vereist
- De uitoefening van het beroep vraagt leergierigheid, creativiteit en diplomatie

- De beroepsuitoefening is gebonden aan normen en reglementering inzake veiligheid, gezondheid, hygiëne, welzijn, milieu en vestiging
- Voor de uitoefening van het beroep is flexibiliteit noodzakelijk zodat procedures en processen kunnen aangepast worden naargelang de situatie.
- De beroepsbeoefenaar moet prioriteiten kunnen stellen en, indien nodig, opdrachten doorgeven en opvolgen
- De medewerkers en collega's van andere departementen doen beroep op de competenties van de productmanager bij het uitvoeren van hun opdrachten.
- De vaardigheden zijn onderhevig aan evoluties.
- De beroepsbeoefenaar moet kunnen omgaan met een steeds veranderende omgeving
- Het uitvoeren van de productstrategie kan een complexe vorm aannemen
- Hij/zij houdt steeds rekening met de nationale en/of internationale bedrijfspolicy en -regelgeving

Handelingscontext

- De beroepsbeoefenaar dient tijdens de uitvoering van de opdracht zorgvuldig en betrouwbaar te werken.
- De beroepsbeoefenaar respecteert de tijdschema's voor de realisatie van de projecten en past deze aan bij problemen.
- De beroepsbeoefenaar voert regelmatig overleg met collega's en partners van de verschillende departementen.
- De beroepsbeoefenaar bouwt netwerken uit en onderhoudt deze
- De beroepsbeoefenaar werkt steeds doelgericht
- De beroepsbeoefenaar werkt efficiënt, kwaliteitsvol, ethisch en handelt integer in alle omstandigheden.
- De beroepsbeoefenaar handelt economisch en ecologisch
- De beroepsbeoefenaar handelt volgens de wetgeving en het marketingstrategie van de organisatie.
- De beroepsbeoefenaar communiceert efficiënt communiceren met leidinggevende(n), collega's, personeel, sollicitanten en externe dienstverleners.
- De beroepsbeoefenaar is sociaal vaardig en stelt zich empatisch en positief assertief op
- De beroepsbeoefenaar werkt nauwgezet en zorgvuldig bij het coördineren van productmarketingprojecten/-acties en het beheren van databases
- De beroepsbeoefenaar is leergierig en bereid om zaken anders aan te pakken
- De beroepsbeoefenaar hanteert een analytische aanpak bij het coördineren van productmarketingprojecten/-acties vraag
- De beroepsbeoefenaar werkt oplossings- en doelgroepgericht
- De beroepsbeoefenaar kan omgaan met plotse veranderingen en voert verscheidene taken tegelijk uit
- De beroepsbeoefenaar voelt aan welke informatie (intern en extern) een impact kan hebben op de activiteiten van de organisatie

Autonomie

Is zelfstandig in

- het onderzoeken van een product, dienst of merk
- het onderzoeken van het klantengedrag in functie van een specifieke product(groep)

- het ondersteunen in het bepalen van de doelgroepen en segmentatie in functie van een specifieke product(groep)
- het ontwikkelen van een productstrategie en planning op korte en lange termijn
- het operationaliseren van de productstrategie op korte termijn
- het ontwikkelen van indicatoren
- het coördineren van productinnovaties (productverbeteringen en nieuwe producten)
- het samenwerken met universiteiten en technische centra,... op het gebied van onderzoek en ontwikkeling
- het onderhouden van een professioneel netwerk
- het permanent ontwikkelen van de eigen deskundigheid

Is gebonden aan

- timing of noodzakelijk tijdstip voor de uitvoering van de taken/projecten
- de geldende regels en bepaalde procedures van de organisatie
- de bedrijfscultuur, het commercieel- en marketingbeleid van de organisatie
- de geldende wetgeving
- afspraken met externe dienstverleners rond marketing
- de beschikbaarheid en de mogelijkheden voor het opzetten van projecten en dienstverleners

Doet beroep op

- de leidinggevende/de verantwoordelijke voor afstemming van geïnitieerde projecten/acties.
- het team/collega's voor afstemming/afspraken van de uit te voeren projecten/acties.
- externe marketingdienstverleners om projecten te realiseren.
- de verantwoordelijke indien problemen niet zelf op te lossen zijn

Verantwoordelijkheid

- Onderzoekt een product, dienst of merk
- Onderzoekt het klantengedrag in functie van een specifieke product(groep)
- Ondersteunt in het bepalen van de doelgroepen en segmentatie in functie van een specifieke product(groep)
- Ontwikkelt een productstrategie en planning op korte en lange termijn
- Operationaliseert de productstrategie op korte termijn
- Ontwikkelt indicatoren
- Coördineert productinnovaties (productverbeteringen en nieuwe producten)
- Werkt samen met universiteiten en technische centra,... op het gebied van onderzoek en ontwikkeling
- Onderhoudt een professioneel netwerk
- Ontwikkelt permanent de eigen deskundigheid

2.3 ATTESTEN EN VOORWAARDEN

Wettelijke attesten en voorwaarden

Er zijn geen wettelijke attesten of voorwaarden vereist.