

Wat elke Product Manager moet weten in 2025

25 september 2025, 10:01

Nick Boucart

De veranderende rol van de Product Manager

Product Management is in beweging. Snel. De verwachtingen liggen hoger dan ooit, technologie verandert razendsnel en klantverwachtingen zijn niet langer een mysterie: ze zijn meetbaar, veranderlijk en meer dan ooit van invloed op succes of falen.

Tijdens PR_D_CT Day 2024 kwamen meer dan 250 productprofessionals samen om te leren, te delen en elkaar te inspireren. Van startup tot scale-up, van B2B SaaS tot hardware, het draaide allemaal om één ding: risico vermijden en een snelle go-to-market dankzij datagedreven keuzes

10 essentiële inzichten voor productmanagement in 2025

Of u nu uw eerste product roadmap opstelt of een team van 10 product owners leidt: deze inzichten uit de vorige edities van de PR_D_CT Day zijn goud waard voor elke productmanager die vooruit wil in 2025.

1. Ken de top 3 ambities van uw klant

Succesvol Product Management start bij de klant. Zonder inzicht in wat uw klant écht wil bereiken, verliest u relevantie. Denk in jobs to be done in plaats van features. Zoals Jeff Patton het verwoordt: “Minimaliseer output, maximaliseer outcome en impact.”

2. Bouw producten voor ‘Love & Trust’

Gebruikers moeten uw product graag gebruiken en kopers moeten erop kunnen vertrouwen. Dit is de basis voor **klantretentie** en organische groei.

3. Ontwikkel zakelijk inzicht

Een sterke productmanager begrijpt omzet, kosten en winst. Bouw businesscases die niet alleen de backlog structureren, maar ook uw geloofwaardigheid versterken binnen de organisatie.

4. Prioriteer genadeloos

Meer features betekent niet altijd meer waarde. Gebruik strategische kaders zoals **OKR’s**, jobs-to-be-done en het **Kano Model** om keuzes te maken. Durf te schrappen en bundel features slim voor upselling en storytelling.

5. Pas Product Management aan uw context aan

Start-up, scale-up of corporate? Software of hardware? Product Management is nooit one-size-fits-all. Begrijp uw context en kies methodes die daarbij passen.

6. Verbind met mensen buiten uw bubbel

De beste producten ontstaan wanneer sales, support, marketing, development en leadership samenwerken. Schrap vakjargon en werk met een gemeenschappelijke taal: impact en succes.

7. Praat vaker met uw gebruiker

Interview, observeer en test. Automatiseren mag, maar vergeten niet. Gebruik uw eigen product (“dogfooding”) en houd het team dicht bij de realiteit van de klant.

8. Wees anders, niet alleen beter

Concurrenten kopiëren snel. Producten die écht impact hebben, zijn vaak radicaal anders. Durf te kiezen voor een onderscheidende strategie.

9. Bereid u voor op een AI-toekomst

Heeft uw product potentieel als **AI-agent**, plug-in of databron? Alleen met waardevolle data en een scherpe focus blijft u overeind in de AI-hype.

10. Product Management evolueert

Wat werkt in een team van vijf faalt vaak bij een organisatie van honderd. Groei vraagt om structuur, duidelijke rollen en soms het loslaten van oude werkwijzen.

11. Bonusinzicht: leer van peers

De sterkste vooruitgang ontstaat wanneer u kennis deelt. In gesprek met vakgenoten ontdekt u nieuwe invalshoeken, krijgt u eerlijke feedback en ziet u oplossingen die u zelf nog niet had overwogen. Die uitwisseling helpt u om uw aanpak te verfijnen en met meer vertrouwen beslissingen te nemen.

Auteurs



Nick Boucart