

CASE STUDY INTERIM MANAGEMENT MEDTECH

Job: Neue Kommunikationsstrategie für
Business Unit OEM + Umsetzungsmaßnahme

100
PRZNT



AUSGANGSLAGE

Für den Unternehmensbereich mit dem größten Umsatzanteil benötigt die Geschäftsführung eine neue Präsentation. Bis dato gibt es keine einheitlich abgestimmte und übergreifende Präsentation. Es sind viele Darstellungen im Umlauf: Die Inhalte fertigt jeder selbst an, sie fokussieren auf Produkttechnik, führen tief ins Detail und zeigen die Stärken – gerade im Wettbewerbsvergleich – nicht auf.

Die Präsentation wird für interne Technologietage und Hausmessen bei den wichtigsten Kunden benötigt - der erste Termin steht bereits. Sie soll ebenso für Akquisitionsgespräche eingesetzt werden, wenn die Produktmanager ihr Portfolio bei Interessenten pitchten. Ziel ist es, die Folgeaufträge zu sichern sowie Neuaufträge zu gewinnen.

Von Marketingseite wurde in den vergangenen Jahren vor allem Messen besucht, in die Kundenpflege laut Geschäftsführung zu wenig investiert. Die Maßnahme muss also funktionieren und wirken.

HERAUSFORDERUNG

Es ist mit dem Erstellen einer Präsentation nicht getan,
die Analyse entdeckt mehr Hürden als gedacht.

01

GRUNDLAGEN FEHLEN

Die Zeit ist mit zwei Monaten knapp, es ist inhaltlich wenig da: Das komplexe Portfolio muss überarbeitet werden.

02

ZIELGRUPPE: VIELFÄLTIG

Die Zielgruppe und das Buying Center ist heterogen: GF, Entwicklungsleiter sowie fachliche Sparringpartner wie Ingenieure.

03

WENIG ROUTINEN & ZEIT

Es gibt wenig Routine in der Zusammenarbeit mit acht Produktmanagern und Marketing. Zudem sind die Produktmanager schwer greifbar.

LÖSUNG

BASISARBEIT UMSETZEN

Strategische Basics für das Geschäftsmodell „Vom Hersteller zum Lösungsanbieter“: Portfolio überarbeiten, Unique Selling Proposition (USP) und Key Value Proposition (KVP) für Geschäftsbereich und Produktsegmente und Use Cases.

STARKES PROJEKTMANAGEMENT

Wenig Zeit, sehr beschäftigte Kollegen und viel neuer Inhalt brauchen ein methodisches Framework

EINBINDEN DES TEAMS

Klare, transparente Kommunikation von Anfang an und Integration des Teams sorgen für effektive Workflows und eine engagierte Mitarbeit.

ERSTE UMSETZUNGSMABNAHME

Konzeption der Präsentation als Baukasten für die unterschiedlichen Zielgruppen aus mehreren Teilen.

RESULTAT

Ein wichtiger Schritt ist gemacht, den Geschäftsbereich zu stützen und für die Zukunft zu stärken.



DAS SAGT DIE UNIT

Das Feedback aus dem Team ist sehr positiv, das große Team an Produktmanagern ist dankbar für die Unterstützung mit dem Vertriebs-Tool.



FEEDBACK VON KUNDEN

Die Kunden sind begeistert: Konkrete Feedbacks, dass die Breite des Portfolios überrascht, die Stärken des Unternehmens so nicht bekannt waren und die Darstellung sehr professionell und überzeugend ist.



GRUNDSTEINE GELEGT

Basierend auf den neuen Basisinhalten sollen weitere Materialien und Web angepasst werden, um den Business Case konsistent und mehrwertstiftend nach außen zu tragen.



PROJEKT

Mittelständisches MedTech-Unternehmen mit einem globalen Kundenmarkt

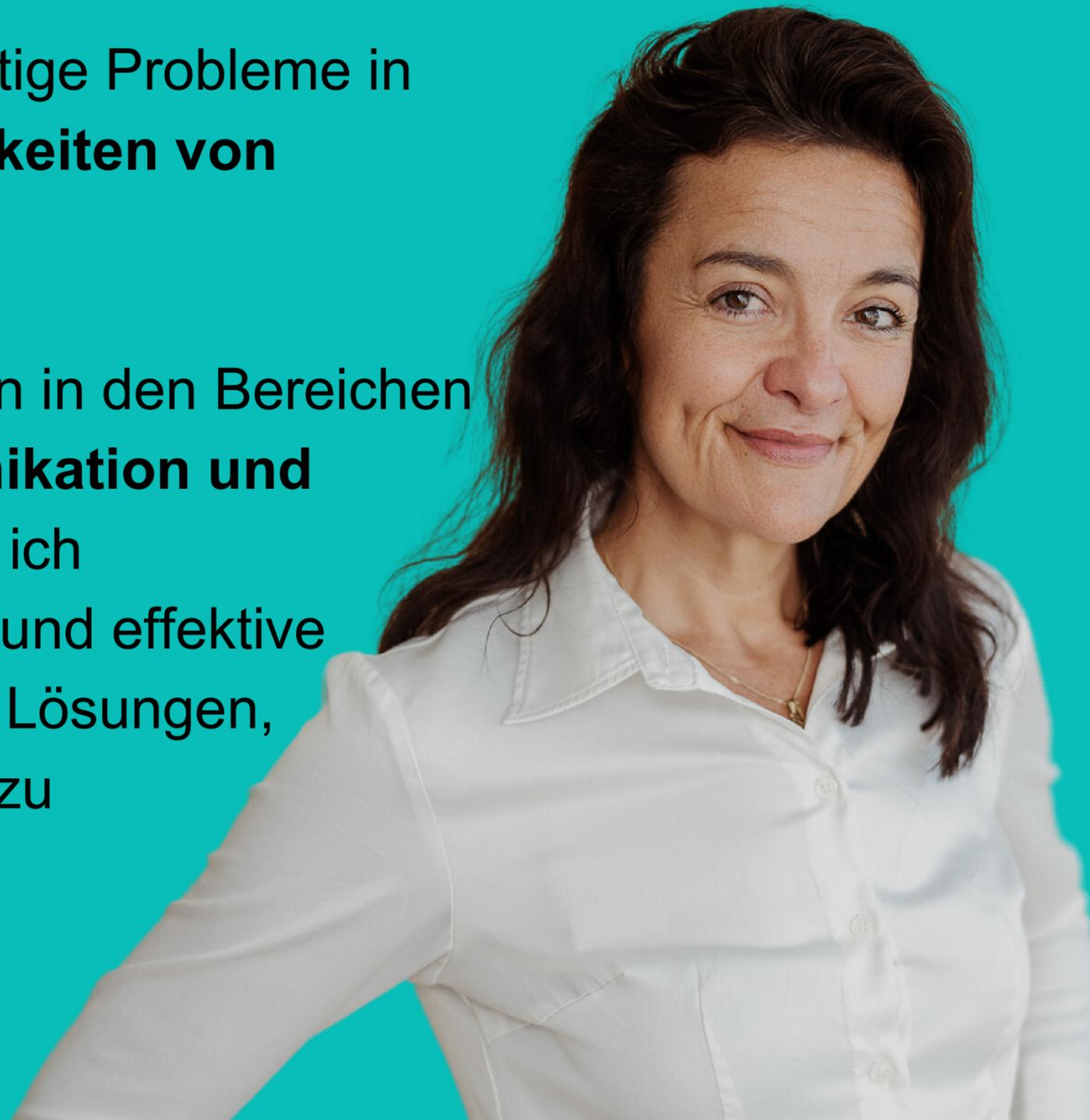
Rolle als Interim Head of Marketing, Aufgaben: hoher Anteil an operativen Themen, Team- und Agenturführung, Aufbau von Strukturen

Einsatzdauer: 4 Monate

ÜBER MICH

Ich transformiere heutige Probleme in **Märkte und Möglichkeiten von morgen.**

Als Interimsmanagerin in den Bereichen **Marketing, Kommunikation und Digitalprojekte** biete ich strategische Analyse und effektive Implementierung von Lösungen, um echten Mehrwert zu schaffen.



Alexandra Korolija
100PRZNT



+49 (0) 179 1411054



alex@100prznt.expert



www.linkedin.com/in/alexandra-korolija/

100
PRZNT