

# Martin W. Puscher

Dipl.-Kfm.

Mitglied des SCOPAR-Beraterremiums

## EXPERTENPROFIL

---

- Geschäftsführer und Chief Consultant in zwei Serviceunternehmen für die ITK-Industrie. Einführung von CRM-Systemen zur Optimierung des indirekten Vertriebs. Marktstudien zur Erschließung neuer B2B-Absatzmärkte. Channel-Portfolio-Analysen zur Optimierung der Absatzstrategien. Profiling-Strategien zur Erhöhung der Kundenbindung und Abwehr von Kundenabwanderung. Positionierungs-Strategien für internationalen Messeveranstalter. Mitglied im Hauptvorstand des Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und Neue Medien e.V. (BITKOM) und Leiter des Arbeitskreises Unternehmensführung im Mittelstand
- Geschäftsführer Deutschland eines internationalen IT-Großhandelsunternehmens. Operative Verantwortung für Produkt-, Sales- und Marketing-Management. Strategische Verantwortung für die Einführung von Dataming- und Workflow-Systemen. Operative Verantwortung für Post-Merger-Integration.
- Marketing-Direktor eines internationalen IT-Großhandelskonzerns und Geschäftsführer der ausgelagerten Marketing Consulting Gesellschaft. Verantwortung für Retail-Brand-Management und New Account Management.
- Vertriebs- und Marketingleiter eines IT-Großhandelsunternehmens in Norddeutschland. Verantwortung für Kunden-, Produkt- und Marketing-Management.
- Customer Interaction-, Dataming- und Marketing-Programme als Abteilungsleiter im internationalen Versandhandel.
- Studium der Betriebswirtschaftslehre an den Universitäten Mannheim und Nürnberg mit den Schwerpunkten Unternehmensführung, Kommunikationswissenschaften und Wirtschaftspsychologie. Abschluss: Diplom-Kaufmann.

## SCHWERPUNKTE

---

- Customer Relationship Management
- Customer Behaviour Analyse
- Customer Profiling
- Channel-Strategie
- Brand Management
- Inter-Market-Scoring
- Intra-Market-Scoring
- Workflow-Prozesse
- Marketing-Value-Portfolio-Analysen
- Leadership
- Moderation

# KOMPETENZFELDER

---

## Leadership

- Leistungsoptimierung
- Value based Leadership
- Entscheidungen in komplexen Situationen
- Human Factor of Business
- Relationship Management
- Channel Management
- Profiling

## Strategieentwicklung und Umsetzung

- Visions-, Ziel-, Leitbildentwicklung & Umsetzung
- Vertriebs- und Marketingstrategien im indirekten Vertrieb
- Markt- und Kundenbewertungs-Strategien
- Passion Management
- Team-Portfolio Analyse
- Customer Relation Management

## Change Management

- Management von Veränderungsprozessen (Take-off)
- Coaching von Führungskräften
- Nachwuchs-Förderungsprogramme
- Kooperations-Management

## Kunden- und Serviceorientierung

- Kundenorientierung im indirekten Vertriebskanal
- Kundenorientierung durch Serviceoptimierung
- Wertbasierte Kundenprofilierung
- Projekt- und Programm-Management
- Einführung Relationship-Management für Non- Key-Account-Management

# PROJEKT- UND BERATUNGSERFAHRUNG

---

## Strategische Projekte (Auszug)

- Strategieentwicklung für deutsche Tochter eines internationalen IT-Konzerns zur Erschließung des mittelständischen Absatzmarktes. Outsourcing von Vertriebs-, Marketing-, Service- und IT-Leistungen in eigenständiger Gesellschaft.
- Entwicklung von potenzialorientierten Marktbearbeitungs-Strategien für diverse Hard- und Software-Hersteller, die vornehmlich über den indirekten Absatzkanal verkaufen.
- Strategieentwicklung für führenden, deutschen Messeveranstalter zur Erschließung neuer Aussteller- und Besuchergruppen. Erweiterung des Dienstleistungsportfolios durch Kooperationsmanagement und Allianzen.
- Strategieentwicklung für workflow-basierte Prozesse zur optimierten Neukunden-Gewinnung, strukturierte Lead Generation und effizientes Kampagnen-Management mit kontrollierten Service Level Agreements.
- Entwicklung eines Vertriebspartner-Programms zur nachhaltigen Verbesserung der Vertriebseffektivität und Marketingeffizienz. Internetbasiertes Match-Making von Unternehmensprofilen und Marktchancen.
- Einführung eines Scoring-basierten Marktdurchdringungs-Programms bei deutscher Tochter eines internationalen IT-Konzerns.
- Entwicklung und Umsetzung einer europäischen Customer Alignment Strategie für marktführendes Unternehmen der Supplies-Industrie.
- Entwicklung und Einführung von Strategien und Programmen zur Identifikation und Bindung von Key Decision Makern im C-Level-Management.

## Operative Projekte (Auszug)

- Workshops und Schulungen für Vertriebsmitarbeiter zur optimierten Betreuung von Vertriebspartnern und Ausschöpfung der Umsatzpotenziale.
- Einführung eines web-basierenden Kundenmanagement-Portals für nationale Vertriebsorganisation.
- Zentralisierung, Konsolidierung und Modernisierung einer verteilten Vertriebs-Infrastruktur (Data Warehouse, Remote Management und OLAP).
- Implementierung von Call Center Lösungen mit Web Access Funktionalitäten.
- Einführung von Decision Support Systemen im Produktmanagement.
- Einführung von Data-Mining Lösungen im Vertriebsmanagement.
- Einführung von Kunden-Monitoring-Systemen im Versandhandel.
- Implementierung eines vernetzten Kampagnen-Management-Systems mit OLAP Funktionalitäten.
- Vertriebs-Prozess-Analyse im Major Account Bereich und Einführung eines Top-Kunden-Gewinnungs-Programms.
- Einführung eines Match-Making-Systems auf Basis einstellungs- und verhaltensorientierter Variablen für Vertriebspartner mit Schwerpunkt Marketing-Effektivität und Vertriebs-Effizienz.