

Tamer Kemeröz

Diplom Kaufmann

Mitglied des SCOPAR-Beraterremiums

EXPERTENPROFIL

- Strategische Marketingberatung: Schwerpunkte Ideenentwicklung, New Business Development, strategisches Marketing- / Produkt- Management.
- Inhaber der Marke FOODSPORT, Autor des gleichnamigen Buches, Referent & Coach zum Thema Gesundheit & Management.
- International Product Director für einen international führenden Konzern der Konsumgüterindustrie. Umsatzverantwortung ca. 150-200 Mio €.
- Marketing Manager für die Entwicklung neuer Geschäftsfelder für eine renommierte deutsche Marke der Konsumgüterindustrie (Papierverarbeitung).
- Vertriebstätigkeit / Bezirksleiter im Lebensmitteleinzelhandel und Fachhandel.
- Studium der Betriebswirtschaftslehre an der J.W. Goethe Universität, Frankfurt.

SCHWERPUNKTE & KOMPETENZEN

- New Business Development
- Innovationsmanagement
- Ideengenerierung & deren Weiterentwicklung (Ideenscreening)
- Marketingkonzepte und Businesspläne für neue Produkte
- Projektmanagement für Neuproduktentwicklungen
- Internationales Produktmanagement (gesamter Marketing-Mix)
- Markt- & Wettbewerbsanalysen / Benchmarking
- Marktforschungsprojekte: Konzeption, Analyse & strategische Auswertung (Konsumentenbefragung / Panelmarktforschung)
- Umsetzung der CI & Designstrategie
- Markteinführungs- und Kommunikationsstrategien
- Gesundheit, Ernährung, Fitness & Wellness (Trends & fachliches Hintergrundwissen)
- Elektrokleingeräte, Metall-, Kunststoff- und Papierverarbeitung (technisches Verständnis & Hintergrundwissen)

PROJEKT- UND BERATUNGSERFAHRUNG

- New Business Development: Konzeption & Vorbereitung zweier Innovationprojekte inklusive einer strategischen Entscheidungsgrundlage für die Unternehmensleitung mit anschließender Projektfreigabe. Direkter Kontakt & Verhandlungen mit potenziellen Kooperationspartnern. Herbeiführung jeweils einer Go- bzw. No Go- Entscheidung.

- Erfolgreiche Generierung von Produktideen und –Konzepten für die Strategieplanung. Konzeption und Moderation entsprechender Innovationsworkshops, sowie Entwicklung der Marketingkonzepte & -strategien für die Finalisten.
- Entwicklung mehrerer strategisch wichtiger Innovationen im Bereich Elektrokleingeräte, die international erfolgreich eingeführt wurden. Highlight: innovatives Premium Produkt mit neuen Standards in Design, Farbgebung, Features und Leistung. Platz 1 in Deutschland (GfK-Verkaufshitliste), signifikante Marktanteilssteigerungen in anderen Europäischen Märkten.
- Erfolgreiche Einführung zweier neuer Produktkategorien in den USA (Elektrokleingeräte).
- Entwicklung und Umsetzung einer komplett neuen Sortimentsstrategie in den USA (inklusive Facelifts, Line Extensions, Channelmanagement etc.).
- Schnittstellenmanagement zwischen Geschäftsführung, Produktionsstandorten, F&E, lokales Marketing, Designagenturen, Werbeagenturen im Rahmen von internationalen Neuproduktentwicklungen (Deutschland, Frankreich, China & Mexico).
- Designentwicklung mit renommierten Industriedesignern.
- Internationales Marketingmanagement: Entwicklung der Copystrategy / Advertising Platform für Key-Innovationen (Film / Print), Entwicklung internationaler VKF-Unterlagen, Verpackungsdesign & Gebrauchsanweisungen, Produkteinführungs-Handbücher.
- Implementierung der Produkt- und Sortimentsstrategie in den Märkten durch Produktschulungen & Präsentationen.
- Zahlreiche Produkt- und Line-Extensions für Channel-Management-Aktivitäten.
- Adaption einer neuen Corporate Identity für eine komplette Produktgruppe als Pilotprojekt.
- Markt- und Wettbewerbsanalysen in verschiedenen Märkten, Identifikation von Wachstumschancen, Kooperationsmöglichkeiten.
- Europäischer Verpackungsrelaunch: einheitliche EU-Verpackung im neuen Design.
- Internationales Vertriebsprojekt: Analyse von Absatzchancen für bestimmte Produktgruppen in potenziell neuen Märkten (Griechenland und Türkei).