

MICHAEL RÜDIGER

Lösungen finden. Und umsetzen.



Interim Manager & Unternehmensberater

MEHRWERT

Ich bin Problemlöser mit betriebswirtschaftlichem Hintergrund und jahrzehntelanger, internationaler B2B-Erfahrung in Beratung, Handel, SAP und E-Commerce.

Als Interim Manager, Unternehmensberater, Projektleiter und Verhandlungsführer biete ich Ihnen passgenaue Lösungen für ein immer schneller werdendes Unternehmensumfeld aus einer Hand.

Dabei kann ich modernstes agiles Wissen wie die Innovationsmethode Design Thinking, das Produktentwicklungs-Framework Scrum oder die Projektmanagement-Methoden PRINCE2 Agile® und SAP Activate ebenso wie ein klassisches Wasserfallmodell einsetzen.

LEISTUNGSPORTFOLIO

PROJEKT

- Projektleitung PRINCE2® | SAP Activate
- Projekt Turnaround Management
- Program Management | PMO

ORGANISATION

- Business Relationship Management
- Aufbau von Auslandsstandorten
- Prozessentwicklung | -optimierung

INTERIM MANAGEMENT

- Transformationen
 - Vakanzüberbrückung
- Sales | KAM | Marketing | CRM | SAP

AUSSCHREIBUNG

- Verhandlungsführung
- Gestaltung Projekt- | Rahmenverträge
- Sourcing | Systemauswahl

ROLLOUT

- Prozess- | Systemrollout
- Training
- Tests

ERFAHRUNG

VERANTWORTUNG



Ergebnisverantwortung:	bis 1 Mio. € p.a.
persönlicher TCV:	bis 8 Mio. € p.a.
Vertragsvolumina:	Projekt = bis 19 Mio. € RfC = bis 24 Mio. €
verantwortetes Projektbudget:	bis 8,5 Mio. €
verwalteter Etat:	bis 44 Mio. € p.a.
Führung:	bis 25 Mitarbeiter
System-Rollout:	38 Länder

UNTERNEHMENSFUNKTIONEN



15+ Jahre Vertrieb & Account Management
10+ Jahre CRM, Direkt- & Online Marketing
10+ Jahre Consulting
6+ Jahre Projektleitung | Program Management
3+ Jahre Finance & Operations
18+ Jahre internationale & virtuelle Teams

BRANCHEN



Handel | E-Commerce
Professional Services

- Consulting
- IT Service Management
- Software-Entwicklung

Maschinenbau
Prozessindustrie

ZERTIFIZIERUNGEN



Projektleitung:

- PRINCE 2® Agile Practitioner

Innovationsentwicklung

- Design Thinking

Produktentwicklung

- Scrum Product Owner (PSPO I)
- Scrum Master (PSM I)

EINSATZMÖGLICHKEITEN

ROLLEN



Leiter Vertrieb - Account Management - Inside Sales - CRM - Marketing
Key Account Manager | Sales Manager
Projektleiter | Projekt Turnaround Manager | PMO
Product Owner
Verhandlungsführer
Business Relationship Manager
Program Manager
Inhouse Consultant

UNTERNEHMENSBEREICHE



100% Sales
100% Account Management
100% Projekt- | Program Management
90% CRM
80% Inhouse Consulting
60% IT
60% Marketing
25% Geschäftsführung

ARBEITSWEISE



hands-on, umsetzend
zielorientiert im Sinne des Unternehmens
engagiert
verantwortungs- und risikobewusst
entscheidungsfreudig

PERSÖNLICHKEIT



durchsetzungsstark, überzeugend
bereichsübergreifend denkend und agierend
international erfahren
flexibel
belastbar
authentisch
loyal und verbindlich

BILDUNG

AUSBILDUNG



Diplom-Kaufmann - Georg-August-Universität Göttingen

Schwerpunkt:

Unternehmensrechnung & Unternehmensleitung

Diplomarbeit:

„Ansätze eines strategischen Controllings für den Vertriebsbereich“

Volkswirtschaftslehre – Johannes-Gutenberg-Universität Mainz

IT-KENNTNISSE



SAP Cloud for Customer

SAP Business ByDesign

SAP ERP ECC 6.0

SAP CRM

MS Dynamics CRM

Amazon WebServices (AWS)

IT Service Management (ITIL)

SaaS, PaaS, IaaS

MS Office 365

WebEx

MS Skype

MS Teams

GoToMeeting

TeamViewer

Adobe Connect

MS Visio

WordPress

SPRACHEN



Deutsch - Muttersprache

Englisch - verhandlungssicher

Spanisch - Grundkenntnisse

Französisch - Grundkenntnisse

PERSÖNLICHE DATEN



Geburtstag: 14.08.1970

Staatsangehörigkeit: Deutsch

WERDEGANG



PROJEKTLISTE (Highlights)

VERHANDLUNGSFÜHRUNG | Sales

THEMA:	Verhandlung und Abschluss eines Vertrags über die Implementierung einer komplexen SAP System-Landschaft
ROLLE:	Verhandlungsführer
BRANCHE:	Handel IT
BEREICH:	Sales
BERICHTSLINIE:	Prokurist
AUFGABE:	<p>Unser Kunde plante den vollständigen Neuaufbau (Greenfield) seiner kompletten SAP-Landschaft mit komplexen Geschäftsprozessen und mehreren SAP-Systemen sowie die Ablösung des bisherigen Altsystems.</p> <p>Mit dem ursprünglich hierfür beauftragten Dienstleister hatte sich der Kunde während der ersten Projektphase überworfen und wollte diesen im laufenden Projekt austauschen. Unser Beratungshaus sollte das Projekt ohne Verzögerung sehr kurzfristig übernehmen. Dafür musste schnellstmöglich ein rückwirkender, dennoch belastbarer Vertrag geschlossen werden, der sowohl die bereits parallellaufenden Arbeiten berücksichtigte und zudem für eine agile Projektvorgehensweise geeignet ist. Die Leistungen sollten darüber hinaus zum Festpreis erbracht werden.</p>
DAUER:	4 Monate
MEHRWERT:	Innerhalb von nur 4 Monaten konnten wir einen Implementierungsvertrag für ein agil umzusetzendes Festpreis-Projekt mit einem Volumen von 19Mio. EUR definieren, verhandeln und abschließen. Zudem hatte dieser Vertrag, trotz eines Wechsels in der Geschäftsführung beider Vertragsparteien während der Projektlaufzeit, Bestand bis zum erfolgreichen Projektabschluss.

LEITUNG & AUSSCHREIBUNG | Account Management

THEMA:	Ausschreibung zur Betriebsübernahme von 3 Konzern-Rechenzentren
ROLLE:	Leiter des Angebotsteams
BRANCHE:	Handel IT
BEREICH:	Key Account Management
BERICHTSLINIE:	VP Account Management & Sales Geschäftsführung Konzernvorstand
AUFGABE:	<p>Ein Handels-Konzern hatte die vollständige Ablösung / Betriebsübernahme seiner 3 Rechenzentren mit allen darin befindlichen Business-Systemen und der zugehörigen Server-Infrastruktur ausgeschrieben. Dabei sollte ein umfangreiches Angebot abgegeben werden, das von Housing über managed Hosting bis hin zu Cloud-Szenarien die Übernahme des produktiven Betriebs unterbrechungsfrei und zudem langfristig darstellen kann. Die Ausschreibung erfolgte bis zur Shortlist in drei Phasen.</p>
DAUER:	4 Monate
MEHRWERT:	<p>Wir konnten mit unserem Team überzeugende Angebote und Konzepte erarbeiten, die uns als Anbieter auf die Shortlist brachten.</p> <p>Der Auftrag wurde jedoch vom Kunden aufgrund eines grundlegenden Strategiewechsels nicht vergeben und mit der Shortlist abgebrochen.</p>

LEITUNG & KUNDENENTWICKLUNG | Account Management

- THEMA:** Leitung aller vertrieblichen Aktivitäten zu einem Key Account mit >120 Tochterunternehmen
- ROLLE:** **ergebnisverantwortlicher** Key Account Manager
- BRANCHE:** Handel
- BEREICH:** Key Account Management
- BERICHTSLINIE:** Vice President Account Management & Sales
- AUFGABE:** Der Key Account sollte von einem Kunden für den bisher ausschließlich Hosting-Leistungen seiner IT-Systeme erbracht wurden zu einem Kunden für das **gesamte Leistungsportfolio** unserer Unternehmensgruppe **weiterentwickelt** werden. Zudem sollten Lösungen gefunden werden, wie der zunehmenden Verdrängung durch **disruptive** externe Cloud-Services begegnet werden kann.
- DAUER:** 2 Jahre
- MEHRWERT:** Der Kunde konnte zu einem **Top10-Account** unserer Unternehmensgruppe nach Deckungsbeitrag weiterentwickelt werden. **Zwei** weitere **Portfolio-Leistungen** wie Hardware und eigene Cloud-Services konnten **direkt platziert** werden. Es konnte ein **Konzern-Rahmenvertrags** über alle Leistungen des Portfolios samt **attraktiver Ratecards**, gültig für den gesamten Kunden-Konzern inklusive aller seiner Töchter ausgearbeitet und abgeschlossen werden.

TRANSFORMATION & OPTIMIERUNG | Sales

- THEMA:** Entwicklung eines neuen End-to-End Prozesses für einen **B2B Sales Cycle**
- ROLLE:** Projektleiter & Konzeptentwickler
- BRANCHE:** Beratung | IT
- BEREICH:** Sonderprojekte
- BERICHTSLINIE:** Management Board
- AUFGABE:** Im Zuge eines **Performance-Review** wurde ich von der Geschäftsleitung eines SAP-Beratungshauses mit ca. 400 Beratern beauftragt, den aktuellen Sales Cycle-Prozess auf **Effektivität** und **Effizienz** zu prüfen und ggf. Verbesserungen zu erarbeiten. Auf Basis eines selbst entwickelten Fragenbogens habe ich **Interviews** mit allen vertrieblich tangierten Mitarbeitern geführt. Das aggregierte Feedback der Mitarbeiter lieferte ein, für das Management unerwartet, negatives Bild des Status Quo. Allerdings bot dieses Ergebnis die Chance, in einem ersten Schritt daraus qualitativ hochwertige **Ad Hoc-Handlungsempfehlungen** abzuleiten. Im zweiten Schritt habe ich auf Basis des Feedbacks einen komplett **neuen Sales Cycle-Prozess** bis zur Übergabe ins Projekt entwickelt. Diesen habe ich im Nachgang mit den **betroffenen Mitarbeitern** verprobt und gemeinsam mit dem Management Board verfeinert und verabschieden lassen. Der neue Prozess wurde in die Unternehmensbereiche Marketing, Sales, Account Management und Projektleitung ausgerollt und produktiv genommen.
- DAUER:** 4 Monate
- MEHRWERT:** Signifikante **Verbesserung der Vertriebsleistung** und erstmalige Verfügbarkeit eines **Sales Funnel-Reporting** für das Management-Team sowie C-Level.

MARKTERSCHLIEßUNG PRODUKTEINFÜHRUNG | Sales & Marketing

THEMA:	Platzierung einer neuartigen SAP ERP Cloud -Lösung im Markt und Aufbau sämtlicher Aktivitäten zur Verkaufsförderung
ROLLE:	Sales Manager
BRANCHE:	Reseller SAP
BEREICH:	Sales Business Development
BERICHTSLINIE:	Vice President SAP
AUFGABE:	<p>Unser Beratungshaus wollte als Partner der SAP die neuartige Cloud-Lösung SAP Business ByDesign vertreiben. Hierfür musste eine komplett neue Organisation samt Vertriebsteam, Verkaufsförderung und Beratungsteam geschaffen werden. Als Sales Manager mit langjährigem SAP-Hintergrund war ich angetreten, um hierfür Neukunden-Akquisition (Kalt-Akquise) zu betreiben, die Presales-Termine inklusive System-Demo beim Kunden vor Ort durchzuführen, Angebote zu erstellen und Verträge zu verhandeln und abzuschließen.</p> <p>Für dieses neue Cloud-Produkt waren bisher weder Wissen, noch Marketing-Strukturen vorhanden – daher habe ich für den Unternehmensbereich (aufgrund meiner Vorkenntnisse aus der Tätigkeit bei SAP Global Marketing) die Marketing-Planung, die inhaltliche Konzeption und die Durchführung von Kampagnen zur Verkaufsförderung übernommen.</p>
DAUER:	2 Jahre
MEHRWERT:	Erfolgreiche Generierung von Terminen für das Vertriebsteam bestehend aus 3 vertrieblichen Mitarbeitern sowie persönlicher Abschluss des bis dato größten SAP Business ByDesign-Deal des Systemhauses.

DEESKALATION | IT & Account Management

THEMA:	Deeskalation und Verhandlung von Kompensationsforderungen nach massiver Unterbrechung in der Leistungserbringung
ROLLE:	Verhandlungsführer
BRANCHE:	Handel
BEREICH:	Geschäftsführung Account Management
BERICHTSLINIE:	Geschäftsführer Vice President Account Management & Sales
AUFGABE:	<p>Durch einen kurzfristigen Totalausfall eines kompletten Rechenzentrums kam es unter anderem bei einem der Top10-Accounts zu einer Unterbrechung in der Leistungserbringung der gehosteten und gemanagten ERP- und Business-Systeme. Dies betraf bis zu 70, teils produktive Systeme, die teilweise für mehrere Stunden nicht zur Verfügung standen.</p> <p>Aufgrund dieser Störung griffen die vertraglich vereinbarten Service-Level-Agreements (SLA) und der Kunde stellte Ansprüche zur Kompensation des Leistungsausfalls und dessen Folgeschäden.</p>
DAUER:	2 Monate
MEHRWERT:	Abschluss einer vertraglichen Lösung zur Zufriedenheit aller beteiligten Parteien. 85% der drohenden Kompensationszahlungen konnten abgewendet und dennoch die Zusammenarbeit mit einem zufriedenen Kunden erhalten werden.

INTERNATIONALISIERUNG | Inside Sales

THEMA:	Gründung und Aufbau von zwei Inside Sales-Niederlassungen in EMEA
ROLLE:	Internationaler Projektleiter
BRANCHE:	Software
BEREICH:	Territory Sales
BERICHTSLINIE:	Senior Vice President Territory Sales Executive Vice President SME
AUFGABE:	<p>Ein großer Software-Hersteller wollte neben dem bisherigen Marktsegment Large Enterprises (LE) zukünftig auch den obere (Upper ME) und mittleren Teil (ME) des Segments Small & Medium Enterprises (SME) bedienen. Dafür sollte das bisherige Vertriebsmodell mit einem account-orientierten Direktvertrieb um den Vertriebskanal Territory Sales ME in der gesamten Region EMEA ergänzt werden. Diese neu aufzubauende Vertriebsstruktur sollte zudem durch eine schlagkräftige, aktive Inside Sales-Organisation unterstützt werden. Inside Sales sollte sowohl die Kundenansprache, die Durchführung der initialen Beratungsgespräche bis hin zu Systemdemos und erstem Pricing durchführen.</p> <p>Die Inside Sales-Organisation sollte als Pilot-Projekt an den Standorten Barcelona und Prag aufgebaut und in die neuen Territory Sales-Prozesse integriert werden.</p>
DAUER:	9 Monate
MEHRWERT:	Beide Standorte wurden in Budget & Time aufgebaut sowie 80 Mitarbeiter rekrutiert, trainiert und die Organisation in die Territory Sales-Prozesse integriert.

ROLLOUT | IT & CRM

THEMA:	Globale Einführung eines SAP CRM -Systems im Marketing
ROLLE:	Internationaler Projektleiter Rollout Trainer
BRANCHE:	Software Consulting
BEREICH:	IT Marketing
BERICHTSLINIE:	Vice President Direct Marketing
AUFGABE:	<p>Für die Abbildung globaler Marketing-Programme, zur Nachfrage-Generierung im Direct Marketing sowie zum Lead-Management im Sales Cycle für Produkt und Consulting wollte die Marketing-Organisation eines Software-Herstellers ein SAP CRM-System in 38 Ländern einführen. Dabei sollten sowohl zuerst die entsprechenden Integrationstests als auch der User Acceptance Test vorbereitet und durchgeführt werden, die entsprechenden Super User identifiziert und geschult werden, auf deren Basis das komplette Schulungsprogramm für die Key User der einzelnen Länder und Regionen entwickelt und zusammen mit dem System ausgeliefert werden.</p>
DAUER:	7 Monate
MEHRWERT:	Erfolgreiche Systemabnahme im User Acceptance-Test sowie Schulung von ca. 120 Key- und Super-Usern in 38 Ländern in den 3 Regionen EMEA, Amercias und APA sowie Go-Live des Systems in diesen Ländern.

PROGRAM MANAGEMENT | Global Marketing

THEMA:	Aufbau und Integration eines globalen Program Managements
ROLLE:	Program Manager
BRANCHE:	Software Consulting
BEREICH:	Global Marketing
BERICHTSLINIE:	Vice President Direct Marketing
AUFGABE:	<p>Aufbau eines Program Managements zur Durchführung und der Integration der 4 Transformationsprogramme Lead Generation, Tele Services, Data Services und Global Campaigns unter einem Programm-„Dach“. Hierzu gehörten insbesondere:</p> <ul style="list-style-type: none">- Koordination der übergreifenden Aktivitäten, Identifikation und Nutzung von Synergien- zentrales Budget-Monitoring & Reporting- Abstimmung der Programm-Anforderungen zwischen Business und IT- Identifikation und Bereitstellung zentraler Tools
DAUER:	6 Monate
MEHRWERT:	Zusammenarbeit zwischen international verteilten, teils virtuellen Teams erfolgreich gefördert, die Anzahl von Fehler-Tickets von Business an IT durch Förderung und Schulung des gegenseitigen Verständnisses um ca. 40% reduziert . Vollständige Transparenz in den Programm-Budgets ohne signifikante Vorkommnisse während der Programm-Laufzeit.

KAUFMÄNNISCHE LEITUNG | Global Marketing

THEMA:	Aufbau und Leitung der kaufmännisch administrativen Prozesse für einen Unternehmensbereich für Online Marketing mit ca. 450 Mitarbeitern
ROLLE:	Kaufmännischer Leiter Prozessentwickler
BRANCHE:	Software Marketing
BEREICH:	Global Marketing
BERICHTSLINIE:	Senior Vice President Global Online & Global Demand Generation Services
AUFGABE:	<p>Im Zuge des Aufbaus des neuen Unternehmensbereichs Global Online & Global Demand Generation Services mussten neben den operativen Kernprozessen auch die unterstützenden administrativen Prozesse erstmalig definiert und produktiv genommen werden. Die Kernleistungen des Bereichs sollten dabei zu großen Teilen durch externe Zeitarbeitnehmer und Freelancer erbracht werden. Die administrativen Prozesse mussten somit die Planung und Verwaltung des Etats des Bereichs sowie Einkauf, Vergütung und Onboarding der Zeitarbeitnehmer und Steuerung der Dienstleister abbilden.</p>
DAUER:	3 Jahre
MEHRWERT:	<p>Prozesse für</p> <ul style="list-style-type: none">• die Planung und Verwaltung eines Etats von 44 Mio. EUR p.a.• Beschaffung und Onboarding für ca. 300 Zeitarbeitnehmer & Freelancer• Steuerung der zugehörigen Dienstleister (Preferred Supplier-Strategie) <p>entwickelt, implementiert und im Nachgang deren operativen Betrieb verantwortet.</p>