

Dipl.-Betriebswirt Thomas Kleina

SELBSTÄNDIGER BERATER, TRAINER UND COACH

mit strategischen und operativen Erfahrungen, die alle Bereiche des Vertriebs abdecken. Vertraut mit dem Zusammenspiel von Unternehmenseinheiten (Matrixorganisation) auf unterschiedlichsten Ebenen.

Schwerpunkte

Vertriebsstrategien / CRM-Plausibilität / Key Account Management
Partnermanagement / Nutzenmanagement / Share of Wallet Strategie
Aquisitionsstrategien / Perspektivwechsel im Vertrieb

Kernkompetenzen

Schaffung von Akzeptanz für betriebliche Notwendigkeiten durch bewusstes Vermitteln von Zusammenhängen. Stärkung der Autonomie.

Professionell Coach (DBVC)

Transitions / Umgang mit Erfolgs- und Leistungsdruck / Business-Development
Sales-/Lead-Performance Evaluation / Strategiereflexion / Karriereplanung /
Profilmarketing

Referenzen: Aliud, Berliner Bank, Bosch Thermotechnik, Britisches Konsulat, Daimler, Dorma, Danzer & Partner, Haufe Akademie, HFN Kommunikation, IABG, ING-DiBa, ikk, IZB-Soft, Juris, Krewel Meuselbach, Meva, McKinsey, Microsoft, Nexolab, On Demand Business Group, PSD Bank, Schneiderei, Siemens IT/TK, Energie und Automatisierung, Deutsche Telekom, TÜV Rheinland, WIPAK

Ausbildung: Kfm. Lehre 1973-76, Studium der Betriebswirtschaft 1981-84, Trainer-/ Coachingausbildung 1996-98, zweijährige Coach Zusatzausbildung 2009-11

BERUFLICHE LAUFBAHN 1984 BIS 2001

Alcatel Deutschland, Account Director

Verantwortung für einen Mischkonzern (40 Mio. €). Strategische Neuausrichtung auf Konzernebene – Entwicklung und Implementierung einer internationalen Betreuungsstruktur – Leitung des Core Teams – Integration der Business Divisions – Erschließung neuer Geschäftsfelder für die Business Division.

Siemens AG, Zentralvorstand, Referent Vertriebskoordination

Konzeptionelle Gestaltung und Umsetzung des Großkundenmanagements – Weiterentwicklung von Methoden und Werkzeugen für das Accountmanagement – bereichsübergreifendes Beschwerdemanagement – Weiterentwicklung des Kundenplanungsprozesses unter Berücksichtigung von markt- bzw. bereichsspezifischen Belangen – Kundenanalysen und Erarbeiten neuer Geschäftsmöglichkeiten.

Siemens AG, Bereich Vernetzungssysteme, Vertriebsmanager

Aufbau Verbundvertrieb – Erschließung neuer bereichsübergreifender Netzpotenziale – Abschluss von Rahmenverträgen – Schaffung von Verbundlösungen mit Differenzierungsmerkmalen gegenüber dem Wettbewerb – Unterstützung der Projektzusammenarbeit in den Regionen.

Siemens Nixdorf Informationssysteme AG, Key Account Manager

Verantwortung für einen Energiekonzern (30 Mio. €). Sicherung der langfristigen Systemführerschaft im Konzern – Konzeption geeigneter Strategien und Maßnahmen zur Steigerung des Auftragseingangs/Umsatzes und Ergebnisses – Neukundenakquisition – Verhandlung und Abschluss von Rahmenverträgen und strategischen Großprojekten.

Unisys Deutschland, Marketing Manager

Aufbau Vertriebsunterstützung – Neugestaltung des Informationsservices über Wettbewerber, deren Produkte und Dienstleistungen – Unterstützung der US-Aktivitäten auf deutsche Belange hin – Strategische Analysen für die Geschäftsführung und die Vertriebe – Benchmarking für Kundenprojekte.

Siemens AG, Bereich Datentechnik, Software-Preismanagement

Analyse der Hauptwettbewerber (Preise/Konditionen) – Unterstützung der Länder Südafrika und Italien in allen preispolitischen Fragen – Gestaltung von Preismaßnahmen für das In- und Ausland – Preispolitische Unterstützung der Marketingmaßnahmen – Mitarbeit im Team für Konditionengestaltung und Verträge – Unterstützung der Vertriebe mit preispolitischen Argumenten bei Kundenprojekten.

