Interim VP Margin Optimisation & Analytics – RS Group

1.) **Strategische Neuausrichtung und Profitabilitätssteigerung bei einem globalen Omni-Channel-Anbieter für industrielle Produkt- und Servicelösungen (MRO):** Ich verantwortete die strategische Transformation der Pricing-Organisation, um bei höchster Komplexität datenbasierte Margenoptimierung zu skalieren.

Situation: Nach einer Restrukturierung agierte die Margenoptimierungs-, Pricing- & Analytics-Funktion fragmentiert. Hohe Portfolio-Komplexität (1 Mio. SKUs, 700k Kunden, 20 Mio. Transaktionen p.a.) traf auf isolierte Teams, fragmentierte Daten und eine nicht integrierte Tool-Landschaft, was datengesteuerte Entscheidungen massiv blockierte..

Aufgabe: Transformation der Organisation zu einer leistungsfähigen Pricing-Einheit mit klaren Verantwortlichkeiten, Etablierung eines modernen Analytics-Fundaments zur Entscheidungsunterstützung sowie Sicherung der Bruttomarge durch Einführung fortschrittlicher Pricing-Strategien..

Meine Aktivitäten:

- **Organisationsentwicklung:** Konsolidierung der Teams zu einer funktionalen Einheit und Implementierung eines agilen Operating Models zur Förderung von Ownership.
- **Pricing-Excellence-Transformation:** Durchführung einer Reifegrad-Analyse (Maturity Gap) und Definition einer Roadmap für strategische Initiativen.
- **Datenstrategie & Analytics:** Entwicklung eines zentralen „Enriched Pricing Datasets“ als „Single Source of Truth“ für das gesamte Unternehmen.
- **Performance-Transparenz:** Konzeption und Bereitstellung interaktiver Dashboards zur Echtzeit-Überwachung der Margen-Performance.
- **Pricing-Frameworks:** Implementierung fortgeschrittener Pricing-Strategien zur systematischen Identifikation und Realisierung von Margenpotenzialen.

Ergebnis:

- **Signifikante Margensteigerung:** Realisierung materieller Margin-Opportunities durch datengestützte Optimierung und konsistentere Ausführung über alle Märkte hinweg.
- **Operative Stabilität & Klarheit:** Etablierung eines strukturierten, verantwortungsbewussten Operating Models, das die Zusammenarbeit und den Output der funktionsübergreifenden Teams signifikant verbesserte.
- **Stakeholder-Vertrauen & Zielerfüllung:** 100%ige Umsetzung der definierten Projektziele; Steigerung der Akzeptanz und des Vertrauens in die Pricing-Funktion als verlässlicher Business-Partner auf C-Level.
- **Datengetriebene Entscheidungsbasis:** Ablösung zeitintensiver manueller Prozesse durch ein zentrales, daten-enabled Setup, das eine langfristige, analytische Steuerung ermöglicht.

Dieses Projekt unterstreicht meine Fähigkeit, **hochkomplexe Pricing-Organisationen** in FTSE-100-Strukturen **strategisch zu führen**, durch strukturierte Führung und datenbasierte Exzellenz **messbare Margenpotenziale zu heben** und das **Vertrauen in die Pricing-Funktion** als kritischer Business-Partner **nachhaltig zu festigen.**

© 2026 Matthias Müller | Re:Define Pricing.
All rights reserved. For intended recipients only.

Principal Value Consultant – Vendavo, Services

2.) **Messbare Profitverbesserungen im B2B Pricing:** ROI-Quantifizierung, Kundenrückgewinnung & Geschäftsexpansion auf C-Level

Situation: Ein führender, **global agierender Konzern der Agroscience- und Prozessindustrie** mit Stammsitz in Europa stellte den Mehrwert der implementierten Pricing-Software Lösung infrage, da der erwartete ROI nicht sichtbar wurde und Transparenz über realisierte Gewinne fehlte. Eine akute Gefahr für die Kundenbeziehung und das Geschäftsvolumen.

Aufgabe: Sofortige Analyse der Transaktions- und Pricingdaten der letzten 12+ Monate. Quantifizierung des bereits erzielten Wertbeitrags und Identifikation ungenutzter Margenpotenziale, um das Kundenvertrauen zurückzugewinnen und die Geschäfts-beziehung nachhaltig zu sichern.

Meine Aktivitäten:

- **Tiefgehende Analyse:** Umfassende und datengestützte Analyse des gesamten Kundenportfolios, der Transaktions- und Pricing-Daten, basierend auf Best Practice Pricing Strategien.
- **Transparenz schaffen:** Herstellung klarer Transparenz mittels unserer Analytics-Lösung, die einen **realisierten zusätzlichen Gewinn von 10 Millionen USD** aufzeigte.
- **Potenzial aufzeigen:** Identifikation eines ungenutzten Margenverbesserungspotenzials von **30 Millionen USD** durch granularere Pricing-Strategien.
- **Stakeholder-Kollaboration:** Enge Zusammenarbeit mit Key Stakeholdern zur ganzheitlichen Betrachtung der Softwarenutzung und Identifikation zusätzlicher Effizienzhebel im Pricing-Prozess.
- **C-Level Kommunikation:** Erstellung einer **fokussierten und aussagekräftigen C-Level-Präsentation**, die die quantifizierten Ergebnisse, Erkenntnisse und vorgeschlagene Maßnahmen zur Margenoptimierung klar vermittelte.

Ergebnis:

- **Vertrauensrückgewinnung:** Die Zweifel des Kunden am ROI wurden vollständig ausgeräumt.
- **Internationale Anerkennung:** Einladung des Kunden nach **Brasilien** (umsatzstärkste Region) , um die Analyseergebnisse detailliert vorzustellen und einen Workshop mit dem Pricing-Team sowie Key Stakeholdern zu leiten.
- **Stärkung der Beziehung:** Der Kunde wurde nicht nur zurückgewonnen, sondern konnte als aktiver Referenzkunde gewonnen werden.
- **Geschäftsausbau:** Die Kommunikation mit dem Kunden auf C-Level verlagerte sich auf den generierten Mehrwert, was zur **Implementierung zusätzlicher Lösungen in weiteren Regionen** und einer nachhaltigen Umsatzsteigerung führte.

© 2026 Matthias Müller | Re:Define Pricing.
All rights reserved. For intended recipients only.

Dieses Projekt beweist meine Fähigkeit, in kritischen Situationen **schnell und präzise den finanziellen Wert zu quantifizieren**, auf C-Level zu überzeugen und **nachhaltige Geschäftsbeziehungen** auf Basis messbarer Ergebnisse zu festigen und auszubauen. Ein Mehrwert, den ich als Interim Manager auch für Ihr Unternehmen generieren kann.

3.) **B2B Pricing Maturity Assessment Projekt**: Transparenz schaffen, Potenziale heben, ROI maximieren

Situation: Ein weltweit agierender **DAX-Konzern aus der Spezialchemie / Polymerindustrie** strebte die **strategische Weiterentwicklung** seiner Pricing-Fähigkeiten an. Es galt, ein klares Bild des aktuellen Reifegrads zu erhalten und potenzielle **"Gaps"** oder Ansatzpunkte für Prozessharmonisierung, Effizienzsteigerung und den Ausbau von Kompetenzen zu identifizieren um Pricing noch stärker als **zentralen Hebel für Wettbewerbsvorteile** und profitables Wachstum zu positionieren.

Aufgabe: Entwicklung und Durchführung eines maßgeschneiderten Pricing Maturity Assessments zur Identifizierung konkreter Handlungsfelder und Potenziale zur Prozessoptimierung und Fähigkeitenentwicklung. Ableitung eines umsetzbaren Aktionsplans und dessen Verabschiedung auf C-Level.

Meine Aktivitäten:

- **Framework-Etablierung:** Einführung und Feinabstimmung eines ganzheitlichen Assessment-Frameworks mit detaillierten Fragebögen und Bewertungskriterien zur Erfassung des "AS-IS"- und des angestrebten "TO-BE"-Status der Pricing-Maturity.
- **Tiefenanalyse:** Durchführung von Workshops und Interviews mit relevanten Teams und Key Stakeholdern über alle Führungsebenen, um umfassendes Feedback zu sammeln.
- **Experten-Insights:** Anreicherung der internen Daten mit meiner externen Perspektive und führenden Best Practices der Branche, um blinde Flecken aufzudecken und Optimierungspfade zu konkretisieren.
- **Strategische Handlungsempfehlung:** Erarbeitung eines priorisierten High-Level-Aktionsplans basierend auf den identifizierten Hauptaufgabenfeldern.
- **C-Level-Commitment:** Ergebnispräsentation vor Senior Executives und C-Level zur Verabschiedung der Maßnahmen und Sicherstellung des Buy-ins für die unternehmensweite Umsetzung.
- **Nachhaltiges Tracking:** Implementierung eines Follow-up-Assessments zur Erfolgsmessung und gezielten Nachsteuerung.

Ergebnis:

- **Ganzheitliche Transparenz:** Alle Key Stakeholder erhielten eine gemeinsame und klare Sicht auf den Reifegrad ihrer Pricing-Organisation.
- **Gesteigerte Effizienz:** Die einstimmig beschlossenen Aktionspläne führten in kürzester Zeit zu messbaren Prozessverbesserungen und einer erhöhten Effektivität im Pricing.

© 2026 Matthias Müller | Re:Define Pricing.
All rights reserved. For intended recipients only.

- **Nachhaltiger Erfolg:** Kontinuierliches Tracking und regionale Workshops bewirkten weitere Effizienzsteigerungen und zusätzliche **messbare Margenverbesserungen.**
- **Maximierter ROI:** Der Return on Investment (ROI) der Pricing-Initiativen des Kunden wurde durch die gewonnenen Erkenntnisse und umgesetzten Maßnahmen nachweislich maximiert.
- **Etablierung als Wachstumstreiber**: Pricing wurde als zentraler Hebel für nachhaltiges, profitables Wachstum innerhalb der Organisation verankert.

Dieses Projekt unterstreicht meine Fähigkeit als Interim Manager, **strukturiert Reifegrade zu bewerten, strategische Lücken zu schließen und messbare Verbesserungen in komplexen Pricing-Organisationen zu initiieren und nachhaltig zu verankern.**

4.) **Globaler Pricing-Software-Rollout: Harmonisierung heterogener Business Units im Fortune-500-Umfeld**: Als Pricing Excellence Advisor und Value Consultant verantwortete ich die strategische Steuerung einer **kritischen Software-Implementierungsphase**, um **komplexe Business-Modelle zu harmonisieren** und den **ROI des globalen Pilot-Rollouts abzusichern**.- vom Requirements-Design bis zum Value Proof.

Situation: Ein **globaler High-Tech-Distributor für elektronische Bauteile und Embedded-Lösungen** führte in EMEA als erster Region eine KI-gestützte Pricing-Lösung ein – ein **strategisches Schlüsselprojekt mit Sichtbarkeit bis auf C-Level**. Der vertraglich fixierte Standardumfang traf auf mehrere Business Units mit stark divergierenden Geschäftsmodellen, Preislogiken und Stakeholder-Anforderungen, was kurz nach Projektstart zu einer kritischen Kundeneskalation führte.

Aufgabe: Leitung der kritischen Requirements- und Design-Phase, Harmonisierung aller BU-Anforderungen in einem Best-Practice-konformen Preiswasserfall sowie erfolgreiches Krisen- und Scope-Management zur Absicherung des Projekterfolgs und des Value Proofs.

Meine Aktivitäten:

- **Workshop-Design & Moderation:** Konzeption und Leitung von hochkarätigen Requirements-Workshops (Analytics, Segmentierung, Preisoptimierung, CPQ-Integration) und des zentralen Preiswasserfall-Designs mit Procurement, Finance, Sales und Category-Management.
- **Deep Pricing Expertise:** Kritisches Challengen bestehender Preis- und Kostenlogiken (Zuschläge, Nachlässe, Preislisten, Fracht- und Konsignationskosten), heterogener BU-Anforderungen und Abgleich mit relevanten Best Practices über alle Industrien (Technologie-, Energieanlagen, Fertigung, Med-tech, Automobil Zulieferer, Spezialchemie & Prozessindustrie, Maschinenbau & Industrieausrüstung, Automatisierungsanlagen, Agrar- und Landmaschinen, Ersatzteile & Services)
- Ich eliminierte unnötige Komplexität durch das Aufzeigen technischer Software-Implikationen und hielt die Balance zwischen fachlichem Value und Implementierbarkeit.

© 2026 Matthias Müller | Re:Define Pricing.
All rights reserved. For intended recipients only.

- **Stakeholder- & Eskalationsmanagement:** Souveräne Deeskalation und C-Level-Kommunikation durch präzise Dokumentation von Business Needs und Value. So schuf ich das Fundament für das PMO, notwendige Scope-Anpassungen nachzuverhandeln und Eskalationen in konstruktives Momentum zu wandeln.
- **Implementierungs-Oversight:** Übersetzung der fachlichen Anforderungen in User Stories, Konfigurationsvorgaben und ein robustes Pricing-Datenmodell für die KI-Optimierung (inkl. Target-, Stretch- und Floor-Preisen).
- **Change- & Vertriebs-Sparring:** Aktive Begleitung des Change-Teams zur Sicherung der Vertriebsakzeptanz als zentralem Hebel für den P&L-Impact.

Ergebnis:

- **Einheitlicher Preiswasserfall:** Erfolgreiche Harmonisierung sämtlicher heterogener Business Units in einen einzigen, standardisierten Preiswasserfall als stabiles Fundament.
- **Krise in Momentum gewandelt:** Deeskalation der Situation durch klare Value-Argumentation, erfolgreiche (PMO-geführte) Scope-Anpassung, termingerechte Einhaltung aller Meilensteine und reibungsloser Go-Live.
- **Messbarkeit ab Tag 1:** Vollständige Definition und Integration aller KPIs für Segmentierung, Preisoptimierung und Value Realization vor dem Go-live.
- **Strategische Partnerschaft:** Überführung des Projekts in eine langfristige Advisory & Value-Consulting-Partnerschaft mit quartalsweisen Executive Pricing Reports und Roadmap-Entwicklung für Folgepotenziale.

Dieses Projekt unterstreicht meine Fähigkeit, **Pricing-Software-Implementierungen in komplexen Multi-Stakeholder-Umgebungen strategisch zu steuern**, durch fundierte Value-Analysen Komplexität zu beherrschen und in kritischen Phasen das Vertrauen bis auf C-Level zu sichern – die Voraussetzung für den ROI jeder Pricing-Investition.

5.) **Strategische Organisationsentwicklung:** Aufbau von Change-Management-Kompetenz und nachhaltige Strukturen für skalierbaren Kundenerfolg

Situation: Die wiederholte Unterschätzung von Change Management durch unsere Kunden während der Software-Implementierung führte zu wiederkehrenden Herausforderungen, wie z.B. unzureichende Nutzerakzeptanz und unrealisierten Mehrwert. Intern fehlten uns die strukturierten Hilfsmittel und Kompetenzen zur proaktiven Begleitung dieser Transformationsprozesse.

Aufgabe: Konzeption und Implementierung eines maßgeschneiderten Change Management Frameworks (inkl. Artefakte, Templates, Tools), zugeschnitten auf Pricing-Transformationen in komplexen Strukturen. Ziel war die Integration in unseren Projekt-Delivery-Masterplan, um Projektrisiken zu minimieren und den Kundenerfolg nachhaltig und skalierbar zu sichern.

Meine Aktivitäten:

© 2026 Matthias Müller | Re:Define Pricing.
All rights reserved. For intended recipients only.

- **Strategische Konzeption & Ressourcenallokation:** Erarbeitung eines Business Plans mit Ressourcen- und Zeitplänen als strategische Basis für die Initiative.
- **Top-Level Stakeholder-Management:** Etablierung und Leitung eines Steering Committees zur Sicherstellung von Entscheidungen und Top-Management-Buy-in.
- **Führung & Befähigung von Expertenteams:** Führung, Coaching und Motivation eines 5-köpfigen Core-Teams zur Erstellung der Change-Management-Inhalte.
- **Framework Entwicklung & Implementierung:** Konzeption von Key-Artefakten und Tools; Integration spezifischer CM-Meilensteine in den Projekt-Delivery-Masterplan.
- **Kompetenzskalierung:** Aufbau eines unternehmensweiten Change Management Zertifizierungsprogramms (mit HR), sowie flächendeckendes Training und die Integration in die Standard-Sales-Materialien zur Stärkung unserer Wettbewerbsposition.

Ergebnis:

- **Interne Kompetenz & strategische Verankerung:** Die erfolgreiche CM-Zertifizierung von 40 Mitarbeitern in verschiedenen Funktionen steigerte signifikant unsere Fähigkeit zur effektiven Kundenbegleitung und verankerte Change Management als zentralen Erfolgsfaktor fest in unserer internen Strategie.
- **Gesteigerte Kundenakzeptanz & ROI-Sicherung:** Aktives Stakeholder-Engagement führte zu höherer Akzeptanz, spürbar schnelleren Business-Transformationen und einem nachhaltig gesicherten Projekterfolg. Das CM-Framework erhöhte zudem das Kundenvertrauen in unsere Prognosen und sicherte den ROI der Pricing-Initiativen nachweislich.
- **Etablierung als strategischer Partner:** Wir wurden als kompetenter Ansprechpartner für Pricing-Transformations-Change-Projekte anerkannt und zur aktiven Mitgestaltung und Beratung beim Kunden eingeladen.
- **Nachhaltige Geschäftsvorteile:** Deutlich gesteigerte Kundenzufriedenheit, reduzierte Eskalationen nach dem Go-Live und minimierter Kunden-Churn durch nachweislich realisierten Mehrwert.

Dieses Projekt unterstreicht meine Fähigkeit als Interim Manager, **strategische Lücken in der Organisation zu schließen, interne Kompetenzen aufzubauen** und **nachhaltige Strukturen zu etablieren,** die den Kundenerfolg skalieren und die Wettbewerbsposition stärken.

6.) **Standardisierung von Value-as-a-Service:** Neue Umsatzströme und nachhaltiger Kundennutzen

Situation: Unsere Value Consulting Services wurden bislang ausschließlich reaktiv auf individuelle Kundenanfragen angeboten. Die maßgeschneiderten Ad-hoc-Leistungen lieferten zwar großen Mehrwert in Form von Margenverbesserungen, waren jedoch nicht skalierbar, erlaubten keine zusätzliche Abrechnung für weiterführende Leistungen und es fehlte Kunden an festen Ansprechpartnern für Expertenwissen oder Best Practices.

Aufgabe: Entwicklung und Standardisierung von "Value as a Service (VaaS)"-Beratungspaketen als Default-Angebot bei jeder Software-Implementierung. Ziel war es,

© 2026 Matthias Müller | Re:Define Pricing.
All rights reserved. For intended recipients only.

Kunden ein Basiswissen zur Wertrealisierung und Price-Performance zu vermitteln, die VaaS-Dienstleistung zu standardisieren und zu "streamlinen", sowie zusätzliche, regelmäßig wiederkehrende Service-Umsätze zu generieren.

Meine Aktivitäten:

- **Service-Produktentwicklung:** Entwicklung von standardisierten Beratungs-Paketen mit klarer Leistungsbeschreibung und spezifischem Mehrwert für Kunden.
- **Prozess-Standardisierung:** Einführung von strukturierten Methodiken, Outputs und Reports für die einzelnen Service-Pakete zur Effizienzsteigerung.
- **Interner Know-how-Transfer:** Befähigung von Junior Value Consultants durch gezielten Wissenstransfer der neuen Methodiken.
- **Marktintegration:** Implementierung der VaaS-Pakete in Sales-Materialien und Angebotstools.
- **Vertriebsbefähigung:** Durchführung von Sales-Trainings zur frühzeitigen und effektiven Platzierung des VaaS-Service-Angebots beim Kunden.

Ergebnis:

- **Neuer Umsatzstrom:** Generierung von **1 Million USD zusätzlichem Service-Umsatz** bereits im ersten Jahr nach Einführung.
- **Systematische Margensteigerung für Kunden:** Das VaaS-Framework befähigt unsere Kunden, ihre Margenleistung durch **konsistente und wiederholbare Wertgenerierung und -verfolgung** zu steigern. Dies sichert einen **nachhaltigen, fortlaufenden Wertgewinn.**
- **Gesteigerte Kundenbindung & Mehrwerttransparenz:** Aufwertung der quartalsweisen Projekt-Review-Meetings durch VaaS-Report-Outs mit quantifizierten Margenverbesserungen und Diskussion zusätzlicher Handlungsfelder. Dies dokumentierte den Mehrwert unserer Softwarelösung fortlaufend und stärkte das Vertrauen in unsere Prognosen.
- **Benchmarking-Grundlage:** Gewinnung tiefer Einblicke und Dokumentation des Lösungsmehrwerts über verschiedene Branchen und Kunden hinweg, was als Basis für Benchmarking-Analysen genutzt werden konnte.
- **Cross-/Up-Selling:** Erschließung von zusätzlichem Cross- und Up-Sell-Geschäft durch die Nutzung spezieller "advanced" Reporting-Softwarelösungen und weiterer Services.

Dieses Projekt unterstreicht meine Fähigkeit, **Beratungsleistungen zu produktivieren, Prozesse zu standardisieren und neue, wiederkehrende Umsatzströme zu erschließen, während gleichzeitig der strategische Wert für den Kunden nachhaltig gesteigert wird.**

Director Strategy & Business Development - C4B Com for Business AG

7.) Strategieentwicklung & Business Transformation:

Situation: Der Softwarehersteller für Unified Communications / Business-Kommunikationssoftware stand vor einer entscheidenden Weichenstellung: Die erfolgreiche

© 2026 Matthias Müller | Re:Define Pricing.
All rights reserved. For intended recipients only.

On-Premise-Lösung sollte durch eine Cloud-Lösung ergänzt werden. Die Mitarbeiter waren verunsichert und es fehlte eine klare, gemeinsame Vision.

Aufgabe: Ich wurde damit beauftragt, eine übergreifende Strategie zu entwickeln, die die Mitarbeiter begeistert und die erfolgreiche Einführung der Cloud-Lösung sicherstellt.

Meine Aktivitäten:

- **Intensive Stakeholder-Analyse:** Um ein tiefgreifendes Verständnis für die Bedürfnisse und Bedenken der Mitarbeiter zu gewinnen, führte ich zahlreiche Gespräche. Dabei setzte ich verschiedene Change-Management-Techniken ein, um die Mitarbeiter auf die Veränderung vorzubereiten und zu begleiten.
- **Entwicklung einer zukunftsweisenden Vision:** Basierend auf den gewonnenen Erkenntnissen erstellte ich eine klare und inspirierende Vision für die zukünftige Ausrichtung des Unternehmens.
- **Konkrete Portfoliostrategie:** Ich definierte eine zentrale Portfoliostrategie, die zum Einen die bestehende ‚on-prem' Lösung und zum Anderen die Einführung von ergänzenden und neuen Cloud-Softwarelösungen transparent macht.
- **Effektive Kommunikation:** Durch regelmäßige Mitarbeiter-Updates und offene Dialoge konnte ich Ängste abbauen und die Akzeptanz für die neue Strategie fördern.

Ergebnis:

- **Erfolgreiche Transformation:** Das Unternehmen hat erfolgreich den Schritt in die Cloud gewagt und seine Wettbewerbsfähigkeit gestärkt.
- **Hohe Mitarbeiterzufriedenheit:** Durch eine offene Kommunikation und Beteiligung der Mitarbeiter konnte eine positive Arbeitsatmosphäre geschaffen werden. Darüber hinaus haben alle Mitarbeiter ein gemeinsames Verständnis von der Vision, der Portfoliostrategie, und der Positionierung der Cloud-Einstiegslösung.
- **Klare strategische Ausrichtung:** Die neue Vision und Strategie dienen als Leitfaden für zukünftige Entscheidungen und Projekte.

Dieses Projekt unterstreicht meine Fähigkeit, **Unternehmen in entscheidenden Transformationsphasen strategisch zu führen**, durch **empathisches Change-Management und transparente Kommunikation** Ängste abzubauen sowie eine **klare, gemeinsame Vision und Portfoliostrategie für den erfolgreichen Schritt in die Cloud** zu etablieren.

8.) **Business Plan Erstellung, Go-to-Market Strategie Entwicklung und Umsetzung** in nur wenigen Monaten (nach nur 2+ Monaten in der neuen Rolle bei C4B)

Situation: C4B Com for Business AG war bisher nicht als ‚Player' für Cloud-Lösungen im Markt bekannt und wollte sich erfolgreich im Markt positionieren, Das Unternehmen stand vor der Herausforderung, in kürzester Zeit eine neue Cloud-Lösung am Markt zu etablieren und gleichzeitig eine langfristige Wachstumsstrategie zu entwickeln.

© 2026 Matthias Müller | Re:Define Pricing.
All rights reserved. For intended recipients only.

Aufgabe: Meine Aufgabe bestand darin, unter hohem Zeitdruck einen umfassenden Businessplan zu erstellen, eine erfolgreiche Go-to-Market-Strategie zu entwickeln und die neue Cloud-Lösung schnell und effizient am Markt einzuführen.

Meine Aktivitäten:

- **Strategische Planung:** Ich entwickelte eine langfristige Wachstumsstrategie, die auf einer detaillierten Analyse des Marktes und der Wettbewerber basierte. Hierbei setzte ich auf eine agile Vorgehensweise, um die Strategie an die sich ständig verändernden Marktbedingungen anzupassen und schnell auf neue Erkenntnisse zu reagieren.
- **Business-/Finanzplan:** Ich erstellte einen detaillierten Businessplan der die Rentabilität der Cloud-Lösung sicherstellt.
- **Risikomanagement:** Ich identifizierte potenzielle Risiken und entwickelte entsprechende Maßnahmen zur Risikominimierung, um eine stabile Grundlage für das weitere Wachstum zu schaffen.
- **Beziehungsmanagement:** Durch den Aufbau persönlicher Beziehungen zu Key Carriern (Telekom, Swisscom) und Premium-Partnern konnte ich wertvolles Know-how gewinnen und die Türen für erste Pilotprojekte öffnen.
- **Prioritätensetzung:** Durch eine klare Priorisierung der Aufgaben im Rahmen der Go-To-Market Strategie konnte ich sicherstellen, dass die wichtigsten Aktivitäten zeitnah umgesetzt wurden.
- **Enge Zusammenarbeit:** Eine enge Zusammenarbeit mit allen relevanten Abteilungen ermöglichte eine schnelle Entscheidungsfindung und eine effiziente Umsetzung der ersten Schritte der Strategie.

Ergebnis:

- **Solide strategische Grundlage:** Durch meine Erfahrung in der Entwicklung von Geschäftsmodellen konnte ich schnell einen umfassenden Businessplan erstellen, der sowohl die kurzfristigen Ziele als auch die langfristige Vision des Unternehmens widerspiegelte.
- **Nachhaltiger Erfolg:**. Der Businessplan und die langfristig ausgerichtete Strategie bilden eine solide Grundlage und gewährleistet den nachhaltigen Erfolg der Cloud-Lösung.
- **Schnelle Markteinführung:** Trotz des hohen Zeitdrucks konnte die Cloud-Lösung erfolgreich am Markt eingeführt werden und erste Kunden gewonnen werden.
- **Hohe Marktakzeptanz:** Die enge Zusammenarbeit mit den Kunden und Partnern führte zu einer hohen Marktakzeptanz der neuen Lösung.
- **Investitionssicherheit:** Der detaillierte Finanzplan gibt Investoren und Stakeholdern die nötige Sicherheit.

Dieses Projekt unterstreicht meine Fähigkeit, **unter hohem Zeitdruck robuste Business- und Finanzpläne zu entwickeln**, **Go-to-Market-Strategien erfolgreich umzusetzen** und durch **exzellentes Beziehungsmanagement mit Key-Carriern und Partnern neue Märkte in kürzester Zeit zu erschließen.**

© 2026 Matthias Müller | Re:Define Pricing.
All rights reserved. For intended recipients only.

Principal Product Manager Cloud Solutions – Vendavo, Produktmanagement

9.) Verbesserung der Agilität und Skalierung agiler Arbeitsweisen auf das gesamte Produktentwicklungsteam

Situation: Eins meiner agilen Produktentwicklungsteam, das für die Entwicklung einer SaaS-Softwarelösung verantwortlich ist, steht vor der Herausforderung, die Effizienz und die Geschwindigkeit seiner Entwicklungsprozesse zu steigern. Das Team arbeitet in kurzen Sprints und bringt regelmäßig neue Features auf den Markt.

Aufgabe: Die Schaffung eines ‚high-performing', cross-funktionalen Teams, um die Produktentwicklung zu beschleunigen und die Qualität zu steigern.

Meine Aktivitäten:

- **Transparenz und Kommunikation:** Regelmäßige Meetings und offene Kommunikation haben zu einer höheren Transparenz und einem besseren Verständnis der gesetzten Prioritäten, der individuellen Aufgaben und Ziele geführt.
- **Mehr Kontext :** Erweiterung des Teilnehmerkreises und aktive Einbindung aller Teammitglieder in den quartalsweisen Planungsmeetings. sowie Einholen von Feedback und Kommittent zu den priorisierten Themen und zugeordneten task.
- **Empowerment:** Die Teammitglieder wurden ermutigt, eigenverantwortlich zu handeln und Entscheidungen zu treffen.
- **Kontinuierliche Verbesserung:** Durch regelmäßige Retrospektiven mit dem gesamten Team wurden die Prozesse kontinuierlich optimiert und an die sich ändernden Anforderungen angepasst.
- **Alignment + Commitment:** Durch enge Zusammenarbeit mit den Vorgesetzten wurde sichergestellt, dass alle Teammitglieder die Bedeutung ihrer Rolle für den Teamerfolg verstanden und sich entsprechend eingebracht haben. Durch den regelmäßigen Austausch mit den Vorgesetzen konnte der adäquate Support zu gewährleistet und mögliche Engpässe frühzeitig identifiziert werden.

Ergebnis:

- **Erhöhte Teameffektivität:** Das Team konnte seine Leistung deutlich steigern und die Time-to-Market für neue Features verkürzen.
- **Schaffung eines ‚Wir-Gefühls' und Mitarbeiterzufriedenheit:** Durch eine stärkere Einbindung, mehr Teaminteraktionen und Wertschätzung der Mitarbeiter konnte eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit erreicht werden. Alle Produktteammitglieder sind motiviert Höchstleistungen zu bringen und jederzeit bereit einzuspringen, wenn Not am Mann ist.
- **Verbesserte Produktqualität:** Die enge Zusammenarbeit aller Teammitglieder führte zu einer höheren Produktqualität und einer besseren Kundenzufriedenheit.
- **Höhere Kundenzufriedenheit:** Herausragendes Kundenfeedback, hohe Kunden-/Nutzerzufriedenheit der zeitnah bereitgestellten neuen Feature.

Dieses Projekt beweist meine Fähigkeit, **cross-funktionales Teamwork zu stärken**, **Agilität** in den Teams & Prozesse **nachhaltig zu skalieren** und **durch gezieltes Empowerment**

© 2026 Matthias Müller | Re:Define Pricing.
All rights reserved. For intended recipients only.

sowie transparente Kommunikation ein Höchstmaß an Mitarbeiterzufriedenheit und Produktivität zu generieren.

10.) Agilität, Teamwork und Kundenorientierung mit einem Referenzkunden:
Termingerechter Go-live einer KI-basierten Cross-Sell-Lösung beim Pilot-Kunden aus der Nutzfahrzeug-Aftermarket-Distribution

Situation: Ein ambitioniertes Projekt zur Entwicklung einer innovativen B2B-Cross-Sell-Lösung (AI/ML basierte SaaS Lösung) für einen führenden US-Distributor von Ersatzteilen für schwere Nutzfahrzeuge (Heavy-Duty Truck & Trailer Parts) stand kurz vor dem Scheitern, als der Kunde - Nutzfahrzeug-Aftermarket-Distribution (Heavy-Duty Truck & Trailer Parts) - kurz vor dem Go-Live neue Anforderungen stellte.

Aufgabe: Unter hohem Zeitdruck und bei gleichzeitig steigenden Anforderungen sollte ein erfolgreicher Go-Live sichergestellt werden, um die Kundenbindung zu stärken und die zeitgleiche Markteinführung der neuen SaaS Lösung zu gewährleisten.

Meine Aktivitäten:

- **Agile Anpassung:** Durch eine agile Arbeitsweise und die enge Abstimmung mit Research und dem Produktentwicklungsteam konnten die neuen Anforderungen schnell in den Entwicklungsprozess integriert werden, ohne den bestehenden Zeitplan komplett über den Haufen zu werfen.
- **Enge Kundenbeziehung:** Eine enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit dem Kunden ermöglichte eine transparente Kommunikation und eine gemeinsame Lösungsfindung.
- **Prioritätensetzung:** Durch eine klare (Re-)Priorisierung der Aufgaben konnte sichergestellt werden, dass die dringendsten Anforderungen zuerst umgesetzt wurden.
- **Flexibilität:** Eine hohe Flexibilität und Bereitschaft zur Anpassung an veränderte Anforderungen ermöglichte es dem Team, auf Herausforderungen schnell und effektiv zu reagieren.
- **Effektive Kommunikation:** Durch meine proaktive Kommunikation und mein Engagement konnte ich die Unterstützung wichtiger Stakeholdern und des Produkt-Steering Committees für die notwendigen Änderungen gewinnen

Ergebnis:

- **Erfolgreicher Go-Live:** Trotz der kurzfristigen Änderungen konnte der Go-Live termingerecht durchgeführt werden.
- **Hohe Kundenzufriedenheit**: Der Kunde lobt die vertrauensvolle und professionelle Zusammenarbeit mit dem gesamten Produktteam in höchsten Tönen und fungiert nun als wichtiger Referenzkunde.
- **Erfolgreiches Teamwork:** Das Team arbeitete eng zusammen und konnte gemeinsam herausfordernde Ziele erreichen

© 2026 Matthias Müller | Re:Define Pricing.
All rights reserved. For intended recipients only.

- **Termingerechte Markteinführung:** Durch die erfolgreiche Umsetzung des Projekts konnte die Lösung termingerecht auf den Markt gebracht werden.
- **Persönliche Auszeichnung:** Erlangung einer Auszeichnung (Prämie 500,-€) für die hervorragende Führung bei der Entwicklung und erfolgreichen Markteinführung der neuen SaaS-Lösung mit Kundenengagement, kommerziellem Erfolg/Verkauf der neuen Lösungen unmittelbar mit der Markteinführung, und termingerechter Fertigstellung innerhalb des geplanten Budgets:

Dieses Projekt unterstreicht meine Fähigkeit, **in kritischen Phasen** kurz vor dem Go-Live **durch agile Anpassungsfähigkeit, enge Kundenkooperation und proaktives Stakeholder-Management den Projekterfolg zu sichern** und Produktinnovationen termingerecht und im geplanten Budget an den Markt zu bringen.

© 2026 Matthias Müller | Re:Define Pricing.
All rights reserved. For intended recipients only.