



EXECUTIVE INTERIM MANAGER

- Interim CSO
- Head of Sales & After Sales Service
- International Sales & Service Transformation
- Expert Market Expansion

Interim CSO für internationalen Vertrieb und After-Sales im Maschinen- und Anlagenbau

Mein Name ist **Thomas Wüst**. Ich bin Interim CSO mit mehr als 30 Jahren Erfahrung im internationalen Vertrieb und After Sales Service für Maschinen- und Anlagenbauer.

Ich biete produzierenden Unternehmen strategische und operative Unterstützung, wenn internationale Vertriebsprozesse uneinheitlich sind, Margen unter Druck stehen, After Sales nicht ausreichend genutzt wird oder Landesgesellschaften und Partner nicht mit einer Stimme zum Kunden sprechen.

Angebot

Vertrieb & After Sales international reorganisieren	Internationale Kundenkommunikation vereinheitlichen
▪ Analyse & Neuordnung Vertrieb / After-Sales ▪ Vereinheitlichung von Prozessen, Rollen, Verantwortlichkeiten und KPIs ▪ Abstimmung von Stammhaus, Landesgesellschaften, Partnern und Serviceorganisation ▪ Führung und Weiterentwicklung internationaler Vertriebs- und Serviceteams ▪ Aufbau belastbarer Strukturen für Wachstum, Effizienz und bessere Steuerung	▪ Auflösung interner Konkurrenzsituationen zwischen Landesgesellschaften ▪ Verbesserung der Kommunikation zwischen Vertrieb, Service, Technik und Ländern ▪ Sicherung des Cultural Fit in internationalen Kunden- und Partnerstrukturen ▪ Moderation zwischen Geschäftsführung, Inhabern, Niederlassungen und Teams ▪ Entwicklung klarer, verlässlicher Kommunikation
After Sales Service profitabel machen	Internationales Geschäft entwickeln
▪ Aufbau und Implementierung internationaler After-Sales- und Servicestrategien ▪ Strukturierung von Hotline, Servicepartnern, Eskalationswegen und Ersatzteilversorgung ▪ Geschäftsentwicklung Retrofit, Upgrade, Modernisierung ▪ Schulung u. Entwicklung Service-/Vertriebsmitarbeiter ▪ Ausbau von After Sales vom Supportbereich zum profitablen Geschäftsfeld	▪ Aufbau und Ausbau von Distributoren-, Händler- und B2B-Partnerstrukturen ▪ Entwicklung internationaler Vertriebs- und Servicestrategien für neue Märkte ▪ Neuausrichtung u. Integration Landesgesellschaften ▪ Qualifizierung lokaler Partner, Teams und Lieferanten ▪ Operative Umsetzung vor Ort – mit Erfahrung u. a. in Indien, Mexiko, USA, Asien und Europa

Erfahrungsschwerpunkte

Internationale Vertriebs- und After-Sales-Führung im Maschinen- und Anlagenbau

- > 30 Jahre Erfahrung in internat. Vertriebs- & After-Sales-Serviceorganisationen, davon > 20 Jahre Leitung.
- Branchenerfahrung u. a. in Medizintechnik, Pharma, Food & Beverage, Wasseraufbereitung, Dosiertechnik, Prozessautomation und allgemeinem Maschinen- und Anlagenbau.

Reorganisation internationaler Vertriebs- und Servicestrukturen

- Neuaufstellung von Vertriebs- und After-Sales-Organisationen, wenn Ziele nicht erreicht werden, Kunden unzufrieden sind oder Landesgesellschaften nicht abgestimmt arbeiten.
- Vereinheitlichung von Vertriebsprozessen, Rollen, KPIs und Kommunikation über Länder, Niederlassungen und Partner hinweg.

„One Voice towards the Customer“ und internationale Zusammenarbeit

- Auflösung interner Konkurrenzsituationen zw. Landesgesellschaften, insbesondere bei internat. Kundenprojekten.
- Aufbau klarer Kommunikationslinien zwischen Stammhaus, Landesgesellschaften, Vertrieb, Service, Partnern und Kunden mit besonderem Fokus auf Cultural Fit.

Margensteigerung und Profitabilität im Vertrieb

- Optimierung von Preismanagement, Händlerverträgen, Partnerstrukturen und Vertriebsprozessen zur Verbesserung von Umsatzqualität und Ergebnis.
- Belegbare Erfolge: Ergebnisverbesserung von 25–30 % sowie Umsatzsteigerung von 90 Mio. € auf 149 Mio. € innerhalb von zwei Jahren bei gesteigertem EBIT.

Aufbau profitabler After-Sales- und Servicestrukturen

- Entwicklung und Implementierung internationaler Servicestrategien inklusive Hotline, Servicepartnern, Eskalationswegen und dezentraler Ersatzteil-/Serviceversorgung.
- Aufbau neuer After-Sales-Geschäftsfelder wie Retrofit, Upgrade-Lösungen und Modernisierung bestehender Anlagen auf aktuelle technische und regulatorische Standards.

Internationale Expansion, Niederlassungs- und Partnerentwicklung

- Aufbau und Ausbau von internationalen Vertriebs-, Service-, Distributoren- und B2B-Partnerstrukturen in Märkten wie Indien, Lateinamerika, Asien, USA, Europa und Afrika.
- Mehrjährige Auslandserfahrung, u. a. 3,5 J. Indien, 9 Mo. Mexiko, mehrere USA-Aufenthalte von jeweils 2–4 Mo.

Restrukturierung internationaler Einheiten und operative Umsetzung vor Ort

- Restrukturierung der indischen Einheit inklusive Überführung eines Joint Ventures in eine 100 %-Tochtergesellschaft, Umzug, Aufbau lokaler Fertigung und Technologietransfer aus Deutschland.
- Einführung funktionierender Strukturen in Einkauf, Vertrieb, Service, Accounting/Reporting, Fertigung, Supply Chain, ERP und Qualitätsmanagement inklusive ISO 9001.

Besondere Kenntnisse

Sprachkenntnisse

- **Deutsch:** Muttersprache **Englisch:** Verhandlungssicher **Portugiesisch:** fließend **Spanisch:** Grundkenntnisse

IT- und Systemkenntnisse

- SAP, Microsoft Office, Microsoft Navision sowie verschiedene ERP- und CRM-Systeme

Weiterbildung

- Prozessoptimierung mit Lean, Kaizen, KVP
- Agile Projektmanagement
- Professional Scrum Master – PSM1
- Business Development, Grundfos Academy
- Change Management, Grundfos Academy
- Leading and Developing International Teams
- Projekt Management, IHK
- Export Finanzierung, IHK

Übersichten (Details dazu sind auf den nachfolgenden Seiten aufgeführt)

Interim Management Mandate

AUFTRAG	UNTERNEHMEN	ROLLE
Ausbau des B2B-Netzwerks und Entwicklung neuer strategischer Partnerschaften zur Erschließung zusätzlicher Absatzmöglichkeiten und neuer Märkte	Hersteller von Bi-Metallhalbleitern für die Elektronikindustrie	Interim Sales Manager
Reorganisation und Neuausrichtung des Vertriebs, Optimierung der Vertriebsprozesse sowie Ausbau des B2B-Netzwerks zur Diversifizierung in neue Branchen	Fertigungsdienstleister für Blechverarbeitung und Schweißbaugruppen	Interim Sales Manager (kaufm. & techn.)
Neuaufstellung von Vertrieb und After Sales Service in einer internationalen Organisation mit Fokus auf Prozessvereinheitlichung, Margensteigerung und Serviceaufbau	Maschinen- und Anlagenbauer Pharma, Medizintechnik, Food & Beverage	Interim Head of Sales & Service

Festanstellungen

ZEIT	UNTERNEHMEN	ROLLE
08/2020 – 11/2020	DWA GmbH & Co. KG	Global Director Sales & Service
08/2018 – 07/2020	KSB SE & Co. KGaA	Director Global General Bus. OEM Industry
02/2017 – 03/2018	KST Kraftwerks- und Spezialteile GmbH	Head of Sales
10/2012 – 03/2016	PS Automation India / Automation GmbH	Operations Manager PS Automation India
10/2005 – 09/2012	Grundfos / Alldos International AG	Business Development Manager CEE / Asia
08/1998 – 09/2005	Grundfos / Alldos International AG	Export Manager CEE
03/1996 – 07/1998	Gabler Maschinenbau	Sales Manager
05/1992 – 02/1996	Gabler Maschinenbau	Service Techniker

Ausbildung

ZEIT	BILDUNG	INSTITUTION	ABSCHLUSS
1992 – 1996	Berufsbegleitende Weiterbildung zum Maschinenbautechniker Fertigungstechnik - Fertigungssteuerung	Fachschule für Technik, Germersheim	Maschinenbautechniker
1987 – 1989	Berufsbegl. Weiterbildung zum Maschinenbaumeister	Meisterschule Karlsruhe - Durlach	Handwerksmeister Maschinenbau IHK
1980 – 1983	Berufsausbildung zum Betriebsschlosser	E. Holtzmann Papier	Betriebsschlosser
1971 – 1980	Hauptschule, Hagenbach		Hauptschule

Interim Management Mandate (Detailbeschreibungen)

Ausbau des B2B-Netzwerks und Entwicklung neuer strategischer Partnerschaften zur Erschließung zusätzlicher Absatzmöglichkeiten und neuer Märkte	
Der Auftraggeber	Das Mandat
Unternehmen: ▪ Inovan GmbH & Co. KG ▪ Teil der Prym Gruppe Branche: ▪ Hersteller von Bi-Metallhalbzeugen für die Elektronikindustrie Umsatz: ▪ Ca. 40 Mio. € Mitarbeitende: ▪ Ca. 700 Situation: ▪ Umsatzrückgang ▪ Beratungsbedarf bei Identifizierung und Erschließung neuer Absatzmärkte	Rolle: Interim Sales Manager Zeitraum: 08/2024 – 09/2024 AUFGABE: ▪ Ausbau des B2B-Netzwerks und Entwicklung neuer strategischer Partnerschaften zur Erschließung zusätzl. Absatzmöglichkeiten und neuer Märkte. MASSNAHMEN: ▪ Identifikation und Ansprache potenzieller B2B-Kunden und Partner ▪ Ausbau bestehender Kontakte im Marktumfeld ▪ Entwicklung neuer strategischer Partnerschaften ▪ Kunden- und Marktgespräche überwiegend im Außendienst ▪ Unterstützung bei der Erschließung neuer Absatzmöglichkeiten ERGEBNISSE: ▪ B2B-Netzwerk gezielt erweitert ▪ neue strategische Partnerschaften angebahnt ▪ zusätzliche Markt- und Absatzpotenziale sichtbar gemacht ▪ stärkere Präsenz beim Kunden durch persönliche Marktbearbeitung

Reorganisation und Neuausrichtung des Vertriebs, Optimierung der Vertriebsprozesse sowie Ausbau des B2B-Netzwerks zur Diversifizierung in neue Branchen	
Der Auftraggeber	Das Mandat
Unternehmen: ▪ MAP Maschinen- und Apparatebau Produktions GmbH ▪ Teil der Neuenhauser Gruppe Branche: ▪ Fertigungsdienstleister für Blechverarbeitung und Schweißbaugruppen aus Stahl und Edelstahl, u. a. für Kraftwerksbau, Maschinenbau, Medizintechnik und Pharma Umsatz: ▪ Ca. 24 Mio. € Situation: ▪ Vertrieb ohne Struktur ▪ keine proaktive Kundenbearbeitung und keine Akquise	Rolle: Interim Sales Manager (kaufm. u. techn.) Zeitraum: 05/23 – 12/23 AUFGABE: ▪ Reorganisation und Neuausrichtung des Vertriebs, Optimierung der Vertriebsprozesse sowie Ausbau des B2B-Netzwerks zur Diversifizierung in neue Branchen. MASSNAHMEN: ▪ Fachliche Führung und Coaching von drei Vertriebsmitarbeitern ▪ Analyse und Optimierung bestehender Vertriebsprozesse ▪ Umstrukturierung und Neuausrichtung der Vertriebsaktivitäten und Verbesserung der Effizienz ▪ Moderation der internen Kommunikation zwischen den Abteilungen ▪ Ausbau des B2B-Netzwerks, insbes. in Richtung Food & Beverage u. Pharma ▪ Unterstützung des Supply Chain Managements zur Verbesserung logistischer Abläufe

▪ Geschäfts mit Bestandskunden nur vom Zufall abhängig ▪ Vertriebsmitarbeiter geht in Elternzeit, es blieb ein Tag Übergabe	ERGEBNISSE: ▪ Vertriebsprozesse wurden strukturiert und effizienter ausgerichtet ▪ interne Zusammenarbeit zwischen Abteilungen wurde verbessert ▪ neue Geschäftspartner in zusätzlichen Branchen gewonnen ▪ Kundenbasis in Richtung F&B und Pharma diversifiziert ▪ logistische Abläufe unterstützt und Engpässe reduziert ▪ Vertriebsteam durch Coaching und fachliche Führung gestärkt
--	--

Neuaufstellung von Vertrieb und After Sales Service in einer internationalen Organisation – mit Fokus auf Prozessvereinheitlichung, Margensteigerung, Serviceaufbau, bessere Zusammenarbeit der Landesgesellschaften und stärkere Kundenorientierung	
Der Auftraggeber	Das Mandat
Unternehmen: ▪ Maschinen- und Anlagenbauer (Name vertraulich, NDA) Branche: ▪ Bereich Pharma, Medizintechnik, Food & Beverage Situation: ▪ Konkurrenzsituation von Landesgesellschaften bei Projekten ▪ Uneinheitliches Vorgehen bei Kundenanfragen ▪ Keine einheitliche Vertriebs- und Servicestrategie ▪ Kommunikation zwischen Headquarter und Niederlassungen teils widersprüchlich (Cultural difference)	Rolle: Interim Head of Sales & Service Zeitraum: 11/2022 – 04/2023 AUFGABE: ▪ Neuaufstellung von Vertrieb und After Sales Service in einer internationalen Organisation – mit Fokus auf Prozessvereinheitlichung, Margensteigerung, Serviceaufbau, bessere Zusammenarbeit der Landesgesellschaften und stärkere Kundenorientierung. MASSNAHMEN: ▪ Fachliche Führung, Coaching und Entwicklung von 30 Mitarbeitenden ▪ Re-Strukturierung und Neuausrichtung des Vertriebs ▪ Überprüfung und Anpassung bestehender Prozesse und KPIs ▪ Ausbau des B2B-Netzwerks und Entwicklung strategischer Partnerschaften ▪ Neuverhandlung und Anpassung bestehender Händlerverträge ▪ Angleichung der Vertriebsprozesse in den Landesgesellschaften ▪ Entwicklung und Implementierung einer globalen Servicestrategie inklusive Hotline ▪ Konfliktmanagement und Verbesserung der Kommunikation zwischen Landesgesellschaften ▪ Implementierung einer Kompensationsrichtlinie bei Länderübergreifenden Projekten ▪ Unterstützung Aufbau dezentraler Ersatzteilversorgung über Servicepartner ERGEBNISSE: ▪ deutliche Steigerung der Margen durch Neuverhandlung bestehender Händlerverträge ▪ Beitrag zu Umsatzwachstum und höherer Profitabilität ▪ international einheitlichere Vertriebsprozesse geschaffen ▪ globale Servicestrategie inklusive funktionierender Hotline implementiert ▪ Kommunikation und Zusammenarbeit zw. Landesgesellschaften verbessert ▪ Konflikte zwischen Ländern und Standorten entschärft ▪ Grundlage für bessere Serviceverfügbarkeit und stärkere Kundenbindung geschaffen

Festanstellungen

DWA GmbH & Co. KG	
▪ Maschinen- und Anlagenbau ▪ Wasseraufbereitung, Pharma, Medizintechnik ▪ Teil der Pollet Gruppe ▪ 12 Mio. € Umsatz	
08/2020 – 11/2020	Global Director Sales & Service
Aufgabenschwerpunkte	▪ P&L-Verantwortung für 12 Mio. € Umsatz ▪ Führung und Entwicklung: Vertrieb, Marketing, Projektteam, Service inkl. Hotline ▪ Ausbau und Internationalisierung des B2B-Vertriebs- und Servicenetzwerks ▪ Vertragsgestaltung & -verhandlung mit bestehenden u. neuen Vertriebspartnern ▪ Preismanagement zur Steigerung von Umsatz und Rentabilität ▪ Betreuung großer Key Accounts auf C-Level ▪ Reporting an die Geschäftsführung mit Kennzahlen, Entwicklungen und Handlungsempfehlungen
Erfolgsfaktoren	▪ Verbindung von P&L-Verantwortung, strategischer Geschäftsentwicklung und operativer Führung ▪ Ausbau internationaler Vertriebspartnerschaften und Serviceangebote ▪ Optimierung von Preisstrategien und vertrieblichen Steuerungsmechanismen ▪ Souveränes Key Account Management auf Ebene der Entscheider ▪ Unternehmerischer Blick, Verhandlungsgeschick und klare Kommunikation

KSB SE & Co. KGaA	
▪ Pumpen und Armaturen ▪ 15.000 Mitarbeitende ▪ über 80 Standorte weltweit ▪ 2,3 Mrd. € Umsatz	
08/2018 – 07/2020	Director Global General Business OEM Industry
Aufgabenschwerpunkte	▪ Verantwortung für ein Umsatzvolumen von 149 Mio. € ▪ Strategische OEM-Entwicklung für Standardprodukte ▪ Koordination internationaler Vertriebsgesellschaften bei Kundenprojekten ▪ Entwicklung neuer Geschäftsbeziehungen, insbesondere in Food & Beverage und Pharma ▪ Internationales Key Account Management in verschiedenen Industrien ▪ Entwicklung kundenspezifischer Lösungen für B2B-Kunden ▪ Reporting an das Business Unit Management
Erfolgsfaktoren	▪ Strategisches Denken in Verbindung mit internat. Key Account Management ▪ Fähigkeit, unterschiedliche Vertriebsgesellschaften in internationalen Kundenprojekten zu koordinieren ▪ Entwicklung neuer Geschäftspotenziale in F&B, Pharma, Anlagenbau u.w. ▪ Branchenspezifisches Fachwissen und technische Lösungskompetenz ▪ Kommunikationsstärke, diplomatisches Geschick und klare Kundenorientierung

KST Kraftwerks- und Spezialteile GmbH	
▪ Spezialteile für Kraftwerksindustrie ▪ 75 Mitarbeitende 20 Mio. € Umsatz	
02/2017 – 03/2018	Head of Sales
Aufgabenschwerpunkte	▪ P&L-Verantwortung für 20 Mio. € im Vertriebsbereich ▪ Entwicklung neuer Geschäftsfelder außerhalb der Kraftwerkstechnik ▪ Aufbau Geschäftsbeziehungen zu Maschinenbauern in Pharma und Lebensmittelindustrie ▪ Entwicklung und Umsetzung einer Marketingstrategie für neue Zielbranchen ▪ Organisation und Teilnahme an Messen und Branchenveranstaltungen ▪ Projektmanagement im Vertrieb ▪ Implementierung eines CRM-Systems ▪ Reporting an Eigentümer und Gesellschafter
Erfolgsfaktoren	▪ Unternehmerisches Denken beim Aufbau neuer Geschäftsfelder ▪ Fähigkeit, technische Kompetenz in neue Zielmärkte zu übertragen ▪ Klare vertriebliche Strukturierung durch CRM, Reporting und Projektsteuerung ▪ Kommunikations- und Überzeugungsstärke gegenüber Kunden, Partnern und Gesellschaftern ▪ Zielstrebigkeit, Teamführung und hohe Umsetzungsorientierung

PS Automation India / PS Automation GmbH	
▪ Prozessautomation / Stellantriebe ▪ Deutschland & Indien ▪ 8 Mio. € Umsatz 10 Direct Reports in Indien	
10/2012 – 03/2016	Operations Manager PS Automation India
Aufgabenschwerpunkte	▪ P&L-Verantwortung für die indische Niederlassung ▪ Restrukturierung und Neuausrichtung der indischen Einheit ▪ Überführung des Joint Ventures in eine 100 %-Tochtergesellschaft ▪ Umzug in ein neues Firmengebäude und Aufbau lokaler Fertigung ▪ Technologietransfer von Deutschland nach Indien ▪ Aufbau eines funktionierenden Supply Chain Managements inkl. Lieferantenqualifizierung, Import, Zoll und Lagerhaltung ▪ Einführung eines ERP-Systems und neuer Unternehmensstrukturen ▪ Aufbau von Vertriebs- und Servicenetzwerk inkl. Hotline in Indien ▪ Entwicklung strategischer Kunden in Südostasien und Middle East ▪ Führung und Entwicklung eines lokalen Teams ▪ Einführung von ISO 9001
Erfolgsfaktoren	▪ Turnaround der indischen Niederlassung innerhalb von zwei Jahren ▪ Kombination aus operativer Restrukturierung, Vertrieb, Service, Supply Chain und lokaler Führung ▪ Interkulturelle Kompetenz im Umgang mit indischen Teams, Partnern u. Kunden ▪ Aufbau belastbarer lokaler Strukturen statt reiner Steuerung aus Deutschland ▪ Entscheidungsstärke, Qualitätsfokus und hohe Hands-on-Umsetzung vor Ort

Grundfos / Alldos International AG	
▪ Pumpen, Steuerungssysteme, Dosier- und Desinfektionsanlagen ▪ ca. 17.000 Mitarbeitende ▪ ca. 120 Standorte weltweit ▪ 3,5 Mrd. € Umsatz	
10/2005 – 09/2012	Business Development Manager CEE / Central Asia
Aufgabenschwerpunkte	▪ P&L-Verantwortung für 18 Mio. € im Dosier- und Desinfektionsgeschäft ▪ Fachliche Führung von 15 internationalen Mitarbeitenden ▪ Entwicklung des Geschäfts in CEE und Central Asia ▪ Identifikation von Wachstumschancen und Erschließung neuer Märkte ▪ Organisation von Marketing-, Kunden- und Schulungsveranstaltungen ▪ Beratung bei Kundenprojekten zur Wasseraufbereitung gemeinsam mit Vertriebsgesellschaften ▪ Schulung lokaler Vertriebs- und Servicemitarbeiter sowie Kunden ▪ Reporting an den Regional Director
Erfolgsfaktoren	▪ Verbindung von Marktkenntnis, technischer Beratung und internationaler Vertriebssteuerung ▪ Aufbau und Entwicklung eines leistungsfähigen internationalen Teams ▪ Erschließung neuer Marktchancen im Dosier- und Desinfektionsgeschäft ▪ Didaktische Stärke bei Schulungen für Vertrieb, Service und Kunden ▪ Klare Zielsetzung, Durchsetzungsvermögen und unternehmerisches Denken
08/1998 – 09/2005	Export Manager CEE
Aufgabenschwerpunkte	▪ P&L-Verantwortung für 4 Mio. € in Central and Eastern Europe ▪ Führung und Entwicklung eines kleinen Teams ▪ Suche, Auswahl und Entwicklung neuer B2B-Partner und Distributoren ▪ Weiterentwicklung bestehender Partnerstrukturen ▪ Organisation von Marketingmaßnahmen, Seminaren u. Kundenveranstaltungen ▪ Beratung bei Kundenprojekten zur Wasseraufbereitung ▪ Ausbau des Marktanteils in CEE ▪ Reporting an CEO/CFO
Erfolgsfaktoren	▪ Fundiertes Verständnis für B2B-Märkte in Zentral- und Osteuropa ▪ Aufbau strategischer Partnerschaften und langfristiger Kundenbeziehungen ▪ Stärkung von Marktanteilen durch Partnerentwicklung und technische Beratung ▪ Hohe Kommunikationsfähigkeit ggü. Top-Management, Partnern und Kunden ▪ Flexibilität, Entschlossenheit und konsequente Zielorientierung

Gabler Maschinenbau	
▪ Maschinen und Anlagen für Lebensmittelindustrie, Pharma und Medizintechnik ▪ 45 Mitarbeitende ▪ 15 Mio. € Umsatz	
03/1996 – 07/1998	Sales Manager
Aufgabenschwerpunkte	▪ Weltweiter Projektvertrieb für Maschinen und Anlagen ▪ Technische Beratung von Kunden zur Machbarkeit und Prozessoptimierung ▪ Kundenbesuche weltweit zur Akquise und Betreuung von Bestandskunden ▪ Entwicklung und Umsetzung internationaler Vertriebsstrategien ▪ Key Account Management und Verhandlungsführung ▪ Marktanalysen und Wettbewerbsbeobachtung ▪ Messteilnahmen und internationale Kundenansprache ▪ Teamführung, Reporting und Vertriebscontrolling
Erfolgsfaktoren	▪ Verbindung von technischem Maschinenbauverständnis und intern. Vertrieb ▪ Fähigkeit, kundenspezifische Lösungen für erklärungsbedürftige Anlagen zu entwickeln ▪ Starke Verhandlungsführung und langfristiger Beziehungsaufbau ▪ Analytisches Verständnis für Märkte, Kundenbedürfnisse und Wettbewerb ▪ Kundenorientierung, Durchsetzungsvermögen und Kommunikationsstärke
05/1992 – 02/1996	Service Techniker
Aufgabenschwerpunkte	▪ Weltweite Inbetriebnahmen von Maschinen und Anlagen ▪ Serviceeinsätze, Reparaturen und technische Problemanalyse vor Ort ▪ Technischer Support per Telefon und E-Mail ▪ Ersatzteilorganisation für internationale Serviceeinsätze ▪ Dokumentation von Serviceeinsätzen und technischen Maßnahmen ▪ Qualitätssicherung, insbesondere bei Anlagen für die Pharmaindustrie ▪ Schulung und Training von Bedienpersonal beim Kunden ▪ Kontinuierliche Verbesserung von Serviceprozessen
Erfolgsfaktoren	▪ Fundiertes technisches Verständnis aus Montage, Inbetriebnahme und Service ▪ Schnelle Problemanalyse und lösungsorientiertes Arbeiten beim Kunden ▪ Fähigkeit, Stillstände zu reduzieren und Kundenzufriedenheit zu sichern ▪ Strukturierte Planung und Koordination weltweiter Einsätze ▪ Serviceerfahrung als wichtige Basis für späteren Vertrieb und After Sales