

Relevante Projekterfahrung bei folgenden Unternehmen



Kurzbeschreibung diverser Projekte der vergangenen Jahre:

Konzept zur Restrukturierung der Kreditbearbeitung für das Privatkundengeschäft

Leitung des Teilprojektes "Prozesse" ; Mitglied des Kernteams

Das Unternehmen hatte das Privatkreditgeschäft und Baufinanzierungsgeschäft erfolgreich im Markt eingeführt. Die Effizienz und die Dauer der Kreditbearbeitung entsprachen allerdings durch den starken Mengenzuwachs nicht mehr den Qualitätsanforderungen und der Kundenerwartung.

Es wurde ein Projekt gestartet mit dem Ziel, die papiergebundene und manuelle Bearbeitung abzulösen, um dadurch schneller und effizienter in allen Teilprozessen zu werden.

Ein Teilergebnis des Projektes war die Einführung einer maschinellen Scorecard und eines zunächst in einer Vorstufe von mir entwickelten Bearbeitungstools (Excel-Tool mit Visual-Basic Programmierung), das zur wesentlichen Vereinfachung des gesamten Entscheidungsprozesses und der Vertragserstellung führte und den Service Level E+1 wieder gewährleistete.

Im Anschluss wurde eine bereits im Markt eingeführte Software gekauft, den Bedürfnissen des Unternehmens angepasst und bundesweit zur Kreditbearbeitung und -Überwachung eingesetzt.

Ich habe danach die Prozessoptimierung und die Einführung der neuen Systeme in einer Niederlassung verantwortet und sämtliche Mitarbeiter der betroffenen Abteilungen (Kontoführung und Kredite) an den neuen Systemen ausgebildet.

Weiterentwicklung der Unternehmens Organisation

Leitung des Teilprojektes "Firmenkunden Center" ; Mitglied des Kernteams

Das Unternehmen beabsichtigte das konventionelle Firmenkundengeschäft auf weitere Produktfelder auszuweiten und aufzubauen. In den zehn Niederlassungen des Unternehmens sollten jeweils Firmenkunden-Center aufgebaut werden.

Ergebnisse der Projektarbeit waren:

das Vertriebskonzept für eine Multikanalstrategie,
die Aufbau- und Ablauforganisation der neu einzurichtenden Firmenkunden-Center,
das Design neuer firmenkundenspezifischer Produkte
der Aufbau eines Account- und Key-Account-Managements als "Mobile Sales Force"
die Einrichtung einer "electronic banking unit"
der Aufbau eines Call-Centers speziell für Firmenkunden
der Aufbau einer Marktfolgeabteilung für das Segment mit Entscheidungsbefugnis über bonitätsabhängige Produkte (Kreditlinien, Teilnahme am LA-Verfahren, Kreditkarten, etc.)

Einführung Maschinelle Kreditbearbeitung

Mitglied des Projektteams Fortbildung und Training

Das Unternehmen wollte eine IT-unterstützte Kreditbearbeitung und Echtzeitbuchung im gesamten Bundesgebiet einführen.

Projektaufgabe war die Entwicklung der Unterlagen für die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter und die anschließende Durchführung aller Seminare und Workshops für Kassierer, Schaltermitarbeiter, Kundenberater, Kreditsachbearbeiter, Filial- und Abteilungsleiter.

Nach Konzeption der Unterlagen im Projekt, war ich für die Durchführung der Schulung für ca. 600 Mitarbeiter in allen Hierarchiestufen von 4 Niederlassungen des Unternehmens verantwortlich.

Restrukturierung Geschäftskundensegment

Projektleiter "Markt" ; Mitglied des Kernteams

Das Unternehmen beabsichtigte, im Zusammenhang mit der Ausgliederung des Firmenkundengeschäfts in eine eigenständige Aktiengesellschaft, das Segment der Freiberufler, Gewerbetreibenden und Firmen mit bis zu 2,5 Mio. Euro Jahresumsatz in ein eigenes Betreuungsegment zu überführen.

Ergebnis war der Aufbau eines neuen Geschäftsbereiches mit
einem mobilen Geschäftskundenvertrieb
einem Call-Center für Geschäftskunden
einer Beratungseinheit für electronic banking Produkte
einer Marktfolgeabteilung mit Kreditabteilung und Kontoführung
sowie die Einführung einer eigenen Produktlinie für das Geschäftskunden-Segment

Verzahnung des Geschäftskundenvertriebes mit dem stationären Vertrieb der DPWN

Projektleiter, Mitglied des Kernteams

Nach der Übernahme des Unternehmens durch die Deutsche Post World Net (DPWN) sollten Synergieeffekte aus der gemeinsamen bzw. der effizienteren Betreuung des Kundensegments Geschäftskunden im Konzern entstehen.

Projektergebnisse waren
Konzeption und Durchführung einer umfangreichen Kundenbefragung
ein Benchmark mit anderen Unternehmen innerhalb und außerhalb der Branche
eine neue Vertriebs- und Betreuungsstrategie
neue Produktbündel speziell für das betroffene Kundensegment
die Zuordnung der Kunden zu verschiedenen Vertriebseinheiten im Konzern
die Einbindung der Filialen in die Betreuung der Geschäftskunden

Konzeption einer Multikanalstrategie für Commercial Clients

Mitglied des Projektteams

Das Unternehmen wollte das Konzept "Multikanalvertrieb" vom Privatkundengeschäft auf den Geschäftskundenbereich übertragen.

Ergebnis war die Angleichung und Vereinheitlichung der Vertriebsprozesse und der einzusetzenden Medien und Arbeitsmittel aller Vertriebsabteilungen des Konzerns sowie die klare Definition der Zuständigkeiten und Abgrenzungen für Kunden verschiedener Divisionen des Konzerns.

Konzeption eines Call-Centers für Geschäftskunden

Teilprojektleitung "Outbound", Mitglied des Kernteams

Im Rahmen der Multikanalstrategie für das Geschäftskundensegment war, neben der eingeführten First- und Second-Level Struktur im Call-Center des Unternehmens, die Errichtung einer Outbound Gruppe gewünscht.

Projektergebnis war die Eröffnung eines separaten Outbound Centers mit
Call-Center
Print-Center
email-Center
Internet-Call-back-Center
die Konzeption der Aufbau- und Ablauforganisation
die Einführung eines neuen Arbeitszeit-Modells
die Definition der Prozesse
die Bereitstellung der Technik
die Maßnahmen zur Qualifizierung der Mitarbeiter
die Entwicklung mehrerer Telefonkampagnen

Produktstrategie im Geschäftskundenvertrieb

Teilprojektleiter "Girokonto" und "Investment" ; Mitglied des Kernteams

Nach erfolgreicher Etablierung des Geschäftskundenvertriebes im Unternehmen richtete der Konzern sein Augenmerk auf die Profitabilität dieses Segments.

Projektergebnis nach umfangreichen Benchmarks und Produktkalkulationen waren verschiedene neue Produkte aus den Geschäftsfeldern Girokonto, Investment Fonds, Kredit- und Corporate Cards und Kredite die ausschließlich an Geschäftskunden verkauft werden sollten und den speziellen Bedürfnissen dieser Klientel entsprachen.

Etablierung der Unternehmensleitsätze des Unternehmens

Mitglied des Projektteams

Im Rahmen der Einführung neuer Unternehmensleitsätze wollte der Konzern in nur drei Monaten alle Mitarbeiter mit den Leitsätzen vertraut machen.

Ergebnis war die Konzeption und Durchführung einer Top-down Workshop-Kaskade mit allen erforderlichen Unterlagen und Materialien (Leitfäden, Präsentation, Broschüren, Hilfsmittel, Gewinnspiel, Incentives, etc.). Die Einführung erfolgte fristgerecht und nachhaltig.

Redesign Kreditgeschäft

Teilprojektleiter "Kredite an Geschäftskunden"

Im Rahmen der Vorbereitung auf die Auswirkungen der "Basel II"- Richtlinien sollte das gesamte Kreditgeschäft der Postbank neu ausgerichtet bzw. neu kalibriert werden.

Projektergebnis waren ein neues Regelwerk für die Kreditvergabe an Geschäftskunden, ein modifiziertes Scoringsystem und ein bonitätsabhängiges Konditionsmodell für Business-Kredite.

Postbank at work

Teilprojektleitung "Vertrieb"

Im Rahmen der Übernahme einer weiteren Bank und der deutschen Tochter der Vermögensberatung einer anderen Bank, war eine Neuausrichtung der Vertriebskanäle, der Vertriebswege und der Produkte erforderlich.

Projektergebnis waren der Aufbau einer modifizierten Markenstrategie, die Einführung des Best-Select Prinzips beim Produktangebot, die Einführung eines neuen Beratungs-Tools, der Aufbau der unternehmenseigenen Vermögensberatung, der Aufbau eines Geschäftsbereiches "Drittvertrieb", die Restrukturierung und Konzentration des Geschäftskundenvertriebes sowie die Zusammenfassung der Geschäftsbereiche Versicherungen, Wertpapiere und Anlagen.

Integration der Filialen der Konzernmutter und des Vertriebes eines übernommenen Unternehmens in den Bankkonzern

Projektleitung "Vertriebsunterstützung" ; Mitglied des Kernteams

Ziel war die erfolgreiche und schnelle Integration der 850 neuen Finanz Center und der 4.500 Finanzberater eines übernommenen Unternehmens in die Vertriebsorganisation des Bankkonzerns innerhalb eines Jahres.

Ziel des Teilprojektes war die Steigerung der Vertriebsleistung im Verlauf der Integration, die projektbegleitende Kommunikation des Integrationsfortschritts in die Vertriebskanäle und die Erarbeitung der künftigen Vorgehensweisen bei Ausbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen im Vertrieb.

Ergebnisse waren
die Konzeption und Durchführung einer multimedialen Informationskampagne,
die Konzeption und Einführung eines Vertriebswettbewerbes mit mehrstufigen Incentives
und die Entwicklung und Kommunikation eines bedarfsgerechten Aus- und Fortbildungskonzeptes für die beiden mobilen Vertriebe und den stationären Vertrieb des Konzerns.

Alle oben beschriebenen Projekte wurden in mindestens 6 Phasen nach der Methode PRINCE2 (Projects in Controlled Environments) organisiert und durchgeführt.

Sie wurden innerhalb der zur Verfügung stehenden Zeit und unter Einhaltung der zur Verfügung gestellten Personal- und Sachressourcen erfolgreich zu Ende geführt (kann im Rahmen der Zeugnissvorlage nachgewiesen werden).

Die Projektergebnisse wurden mit Hilfe von MS-Projekt und MS-PowerPoint dokumentiert und präsentiert.

Im Anschluss an die obigen Projekte, war ich in der Regel auch für die operative Umsetzung der Ergebnisse verantwortlich.