



# CASE STUDY INTERIM MANAGEMENT MEDTECH

Job: Neue Kommunikationsstrategie für  
Business Unit und Umsetzungmaßnahme

# AUSGANGSLAGE

- Für den Unternehmensbereich mit dem größten Umsatzanteil benötigt die Geschäftsführung eine neue Präsentation. Bis dato gibt es keine einheitlich abgestimmte und übergreifende Präsentation. Es sind viele Darstellungen im Umlauf: Die Inhalte fertigt jeder selbst an, sie fokussieren auf Produkttechnik, führen tief ins Detail und zeigen die Stärken – gerade im Wettbewerbsvergleich – nicht auf.
- Die Präsentation wird für interne Technologietage und Hausmessen bei den wichtigsten Kunden benötigt - der erste Termin steht bereits. Sie soll ebenso für Akquisitionsgespräche eingesetzt werden, wenn die Produktmanager ihr Portfolio bei Interessenten pitchten. Ziel ist es, die Folgeaufträge zu sichern sowie Neuaufträge zu gewinnen.
- Von Marketingseite wurde in den vergangenen Jahren vor allem Messen besucht, in die Kundenpflege laut Geschäftsführung zu wenig investiert. Die Maßnahme muss also funktionieren und wirken.



# HERAUSFORDERUNG

Es ist mit dem Erstellen einer Präsentation nicht getan,  
die Analyse entdeckt mehr Hürden als gedacht.

**01**

## GRUNDLAGEN FEHLEN

Die Zeit ist mit zwei Monaten knapp bemessen, es ist inhaltlich wenig da: Das komplexe, technische Portfolio muss überarbeitet werden, da sich das Geschäftsmodell zwischenzeitlich weiterentwickelt hat.

**02**

## ZIELGRUPPE: VIELFÄLTIG

Die Zielgruppe und das Buying Center ist heterogen: Dazu gehören Entscheider wie Geschäftsführer, Entwicklungsleiter sowie fachliche Sparringpartner wie Ingenieure und Chemiker.

**03**

## EINGESPIELTES TEAM?

Es gibt wenig Routine in der Zusammenarbeit mit acht Produktmanagern und Marketing. Außerdem sind die Produktmanager mit dem Tagesgeschäft mehr als ausgelastet und schwer greifbar.

## BASISARBEIT UMSETZEN

Strategische Basics für das Geschäftsmodell  
„Vom Hersteller zum Lösungsanbieter“: Portfolio überarbeiten, Unique Selling Proposition (USP) und Key Value Proposition (KVP) für Geschäftsbereich und Produktsegmente formulieren, Use Cases zusammenstellen.

## STARKES PROJEKTMANAGEMENT

Wenig Zeit, sehr beschäftigte Kollegen und viel neuer Inhalt brauchen ein methodisches Framework wie:

- kurze Fragebögen für die Abfrage des Inputs,
- transparente Inhaltsstruktur und
- funktionierenden Content-Prozess (entwickeln, abstimmen, freigeben, in PowerPoint übertragen).

## EINBINDEN DES TEAMS

Klare, transparente Kommunikation von Anfang an und Integration des Teams sorgen für effektive Workflows und eine engagierte Mitarbeit.

## ERSTE UMSETZUNGSMABNAHME

Konzeption der Präsentation als Baukasten: für die unterschiedlichen Zielgruppen aus mehreren Teilen:

1. ein übergreifender Teil,
2. die Produktsegmente mit USP/KVP und Use Cases,
3. offener Teil für einen technischen Deep Dive bei Bedarf.

# RESULTAT

Ein wichtiger Schritt ist gemacht, den Geschäftsbereich zu stützen und für die Zukunft zu stärken.



## DAS SAGT DER GESCHÄFTSBEREICH

Das Feedback aus dem Team ist sehr positiv, das große Team an Produktmanagern ist dankbar für die Unterstützung mit dem Vertriebs-Tool.



## FEEDBACK VON KUNDEN

Die Kunden sind begeistert: Konkrete Feedbacks, dass die Breite des Portfolios überrascht, die Stärken des Unternehmens so nicht bekannt waren und die Darstellung sehr professionell und überzeugend ist.



## GRUNDSTEINE GELEGT

Basierend auf den neuen Basisinhalten sollen weitere Materialien und Web angepasst werden, um den Business Case konsistent und mehrwertstiftend nach außen zu tragen.



# PROJEKT

Mittelständisches MedTech-Unternehmen mit einem globalen Kundenmarkt

Rolle als Interim Head of Marketing, Aufgaben: hoher Anteil an operativen Themen, Team- und Agenturführung, Aufbau von Strukturen

Einsatzdauer: 4 Monate

# KONTAKT



+49 (0) 179 1411054



[alexa@100prznt.expert](mailto:alexa@100prznt.expert)



[www.100prznt.expert](http://www.100prznt.expert)



[www.linkedin.com/in/  
alexandra-korolija/](https://www.linkedin.com/in/alexandra-korolija/)



Hey, ich bin Alexandra Korolija.  
Als dynamische **Betriebswirtin** mit  
20 Jahren Erfahrung **Marketing |**  
**Communications | Digitalprojekte** in  
**Health & Technology** unterstütze ich  
als Interim Managerin zur  
Vakanzüberbrückung, Reorganisation  
oder Implementierung von Themen.

Erfahren als **Führungskraft** im **Change-**  
**Umfeld** seit 15 Jahren.

Das erwartet Sie: **Getting things done-**  
Arbeitsweise, **motivierend, transparent,**  
**konzeptions- & umsetzungsstark.**