



DDIM.

Dachgesellschaft Deutsches
Interim Management e.V.

DDIM.regional // 6.7.2023

Ralf H. KOMOR

KOMOR INTERIM MANAGEMENT, Ladenburg



DDIM.

Dachgesellschaft Deutsches
Interim Management e.V.

Erfolgreicher Turnaround durch eine kundenorientierte Geschäftsmodell-Transformation

Mit Design Thinking, Customer Co-Creation und
MetaSales zu nachhaltigem Wachstum — Ein Praxisbeispiel

Agenda

- I. INTRO
- II. ABOUT
- III. EXPERIENCE
- IV. UNDERSTAND
- V. IDEATE
- VI. DEVELOP
- VII. DELIVER
- VIII. FADEOUT
- IX. DISCUSSION



Ausbildung , Studium & Zertifikate

- ❖ Energieanlagenelektroniker
- ❖ Diplom Wirtschaftsingenieur
- ❖ Zertifizierter Beirat
- ❖ Most Trusted Adviser WHU
- ❖ Transformations- und Turnaround-Manager (IFuS)

Management- & Projekterfahrung

- ❖ Produktgeschäft, Systemgeschäft, Service, Anlagenbau
- ❖ Konzern, Mittelstand, Familienunternehmen, Startups
- ❖ 35 Jahre profitabler internationaler B2B-Vertrieb
- ❖ Projektmanagement von Projekten bis zu 25 Mio. EUR
- ❖ C-Level-Verantwortung für bis zu 850 Mitarbeitern
- ❖ Profit & Loss - Verantwortung für 120 Mio. EUR Umsatz
- ❖ Selbstständig seit 2008 (m.U.)
- ❖ Interim Manager seit 2014
- ❖ 5 erfolgreiche Startup Mentorings
- ❖ 8 erfolgreiche Mandate

Branchenerfahrung

- ❖ Gebäudetechnik
- ❖ Brandschutz
- ❖ Kälte- und Klimatechnik
- ❖ Maschinenbau
- ❖ Hydraulik
- ❖ Laboreinrichtungen
- ❖ E-Mobilität:
- ❖ Ladeinfrastruktur
- ❖ Dienstleistung
- ❖ Software
- ❖ Plattformen

Auszeichnungen & Veröffentlichungen

- ❖ Interim Management Excellence Award 2022 im Bereich Digitalisierung
- ❖ Mehrfacher Springer Buchautor
- ❖ Erfolgreicher Sales Blogger
- ❖ LinkedIn Sales Influencer mit 15k+ Follower



Mitglied der DDIM e.V.

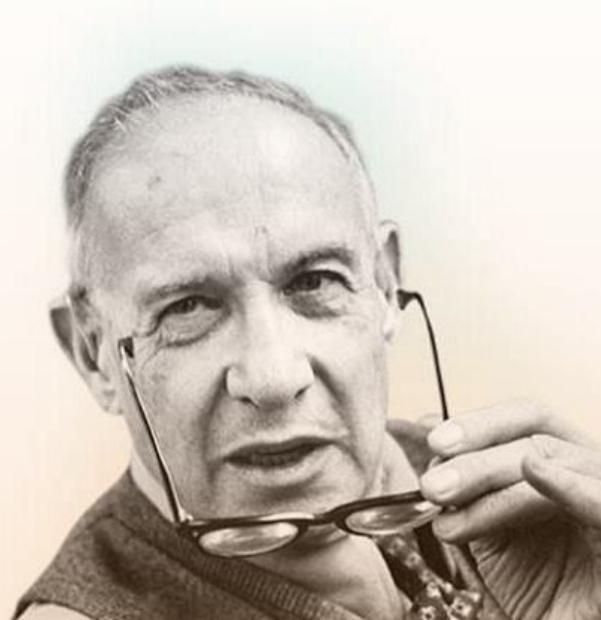
DDIM.
Dachgesellschaft Deutsches Interim Management e.V.

Key Take-Aways



“Interim Management ist die Zukunft des Outsourcings: Intellektuelles Kapital nach Bedarf.“

(Pe

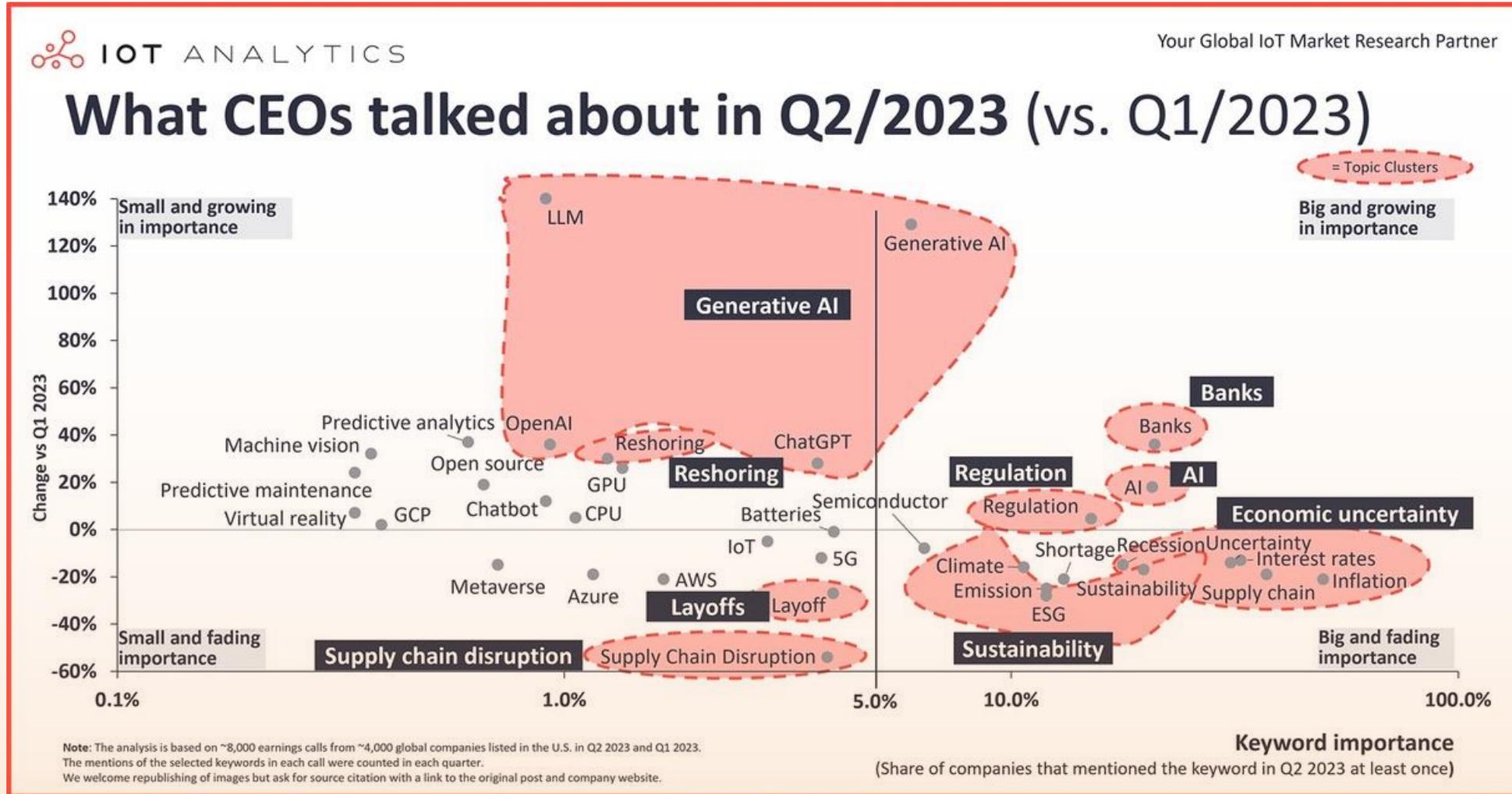


5)

Vom Verkaufen zum Mitgestalten: Wie Co-Creation und Design Thinking den Vertrieb revolutionieren



Das Umfeld für Unternehmer



Das Umfeld für Unternehmer

Sorge für herausragende, verrückte
Erlebnisse!



- Der Innovationsdruck steigt
- Die Innovationszyklen werden kürzer
- Man muss (noch) stärker auf die aktuellen, aber auch zukünftigen Bedürfnisse des Kunden eingehen.

Lösung:

- Geschäftsmodell-Transformation. Mit Design Thinking, Customer Co-Creation und MetaSales zu nachhaltigem Wachstum

Kundenorientierte Geschäftsmodell-Transformation

- Bei kundenorientierten Geschäftsmodellen wird der Kunde ins Zentrum aller unternehmerischen Entscheidungen gestellt. Dies führt zu Produkten und Dienstleistungen, die auf die tatsächlichen Bedürfnisse und Wünsche der Kunden zugeschnitten sind und damit zu einer höheren Zufriedenheit der Kunden und einer starken Kundenbindung
- Klare Wettbewerbsvorteile
- Schaffung und Bereitstellung einzigartiger Erlebnisse und Werte
- Grundlage für ein nachhaltiges Wachstum
- Neue service-orientierte Geschäftsmodelle

Das Wesen des Design Thinking

Design Thinking hilft beim Lösen von Problemen auf kreative und innovative Art und Weise.

- Ideen sammeln
- Prototypen bauen
- Testen und Verbessern

- Procter & Gamble: Innovationsprozess Connect+Develop
 - Febreze ist ein geruchsneutralisierendes Spray für Textilien und Räume. Dieses Produkt wurde in Zusammenarbeit mit externen Innovatoren entwickelt.
 - Swiffer: Der Swiffer ist ein Reinigungsgerät mit Einwegtüchern. Dieses innovative Reinigungsgerät hat den Markt umgekrempelt und ist in Haushalten weltweit beliebt.

- Co-Creation (Ko-Kreation) beschreibt die Methode, den Prozess oder das Ergebnis eines gemeinschaftlichen Schöpfungsprozesses mehrerer Personen oder Statusgruppen. Ursprünglich aus dem Marketing und den Wirtschaftswissenschaften als Form der interaktiven Produktgestaltung mit Prosumenten hervorgegangen, wird der Begriff in verschiedenen Fachdisziplinen und sozialen Bewegungen verwendet, um entweder als Oberbegriff oder Anfang der Kollaboration und kollektiven Entscheidungsfindung zu fungieren.

Co-Creation (für Kinder)

- Co-Creation ist ein Begriff, der bedeutet, dass **Menschen zusammenarbeiten**, um etwas zu erschaffen. Stell dir vor, du hast ein Kunstprojekt und du möchtest etwas ganz Besonderes machen. Anstatt alleine zu arbeiten, lädst du deine Freunde ein, mit dir zusammenzuarbeiten und Ideen zu teilen.
- Beim Co-Creation arbeiten also Menschen gemeinsam, um neue Dinge zu schaffen. Es ist wie ein großes Team, das zusammenarbeitet, um etwas Tolles zu machen. **Jeder bringt seine eigenen Ideen und Fähigkeiten mit ein** und trägt dazu bei, dass das Endprodukt wirklich einzigartig und wertvoll wird.
- Co-Creation ist also eine Möglichkeit, gemeinsam etwas zu erschaffen. Es macht Spaß, zusammenzuarbeiten, neue Dinge auszuprobieren und am Ende **ein Ergebnis zu haben, auf das**

**"Focus on the user and
all else will follow."**

Das Wesen einer Customer Co-Creation

- Eine Customer Co-Creation lässt den Kunden aktiv oder passiv am Innovationsprozess eines Unternehmens mitgestalten.
- Sowohl B2B als auch B2C Unternehmen profitieren von einer Customer Co-Creation, denn subjektive Faktoren beeinflussen die Kaufentscheidung überall.
- Eine Co-Creation bietet wertvolle Erkenntnisse, die Unternehmen für bessere Kundenerfahrungen und nachhaltige Wettbewerbsvorteile

Co-Creation (Beispiele)

- IKEA nutzt seine digitale Plattform "Co-Create IKEA", um Kunden und Fans zur Entwicklung neuer Produkte anzuregen. Ergebnis: Tausende von Kundenvorschlägen und nützlichen Designeinsichten
<https://about.ikea.com/en/life-at-home/co-creation>
- Über die „Insight Community“ mit über 12.000 Kunden konnte DeWalt Produktvorschläge sammeln und Kunden in den Produktentwicklungszyklus einbinden. Ergebnis: Produktverbesserungen und Kosteneinsparungen
- Unilever hat mit Start-ups und Scale-ups zusammengearbeitet, um nachhaltige Haarpflege-, Hautpflege- und Deodorantprodukte zu entwickeln. Ergebnis: Mit fünf Unternehmen werden Gespräche über Pilotprojekte im Bereich

MetaSales: Die nächste Stufe der Vertriebsrevolution



- Mit Broschüren und Konfigurationen lassen sich die Kunden heutzutage wohl weniger von einem Autokauf überzeugen
- Insbesondere bei größeren finanziellen Anschaffungen und komplexen technologischen Ausstattungen brauchen Kunden Entscheidungshilfen.

Vorteile des Autokaufs mittels Virtual Reality / XR

- Neuerscheinungen können präsentiert werden, noch bevor diese im Autohaus zu kaufen sind
- Der Interessent kann im Showroom mittels XR exakt das Auto erleben, welches er vorher selbst im Internet konfiguriert hat
- Bevor das gewünschte Auto gefertigt wird, können Kunden mittels XR eine Probefahrt machen
- Interaktiv kann der Kunde die Innenausstattung und den Stauraum im Kofferraum erkunden

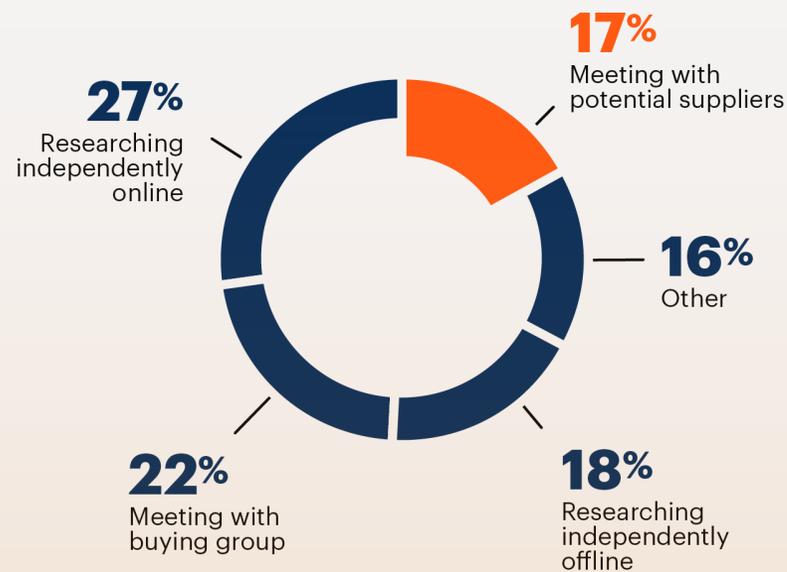
- DIGITAL TWIN → VIRTUAL TWIN
- Change Management wird unterstützt (z. B. Townhall Meetings, Gruppenentscheidungen)
- Multiuser, dezentral, Streaming per Link
- Mit oder ohne VR Brille
- Cloud Computing, Geräteunabhängig
- Gamification
- SCHAFFT ZUSÄTZLICHE TOUCHPOINTS



- Erleben, spüren, fühlen: kaufen und Auswählen wird emotional
- Mit dem virtuellen Konfigurator hat man immer das Budget im Blick
- Workflows können simuliert und Prototypen getestet werden
- Für Produkthersteller: das Trainieren von Serviceabläufen, Wartungsprozessen und Gefahrenschulungen ist ohne "Werksbesuch" möglich
- Die Entscheidungsfindung im Management (üblicherweise ohne planerische Talente) wird beschleunigt, Budgetverantwortliche bekommen einen besseren Eindruck, wofür das Geld ausgegeben werden soll

○ Wir müssen wieder näher an den Kunden, an den Menschen ran

Distribution of buying groups' time by key buying activities

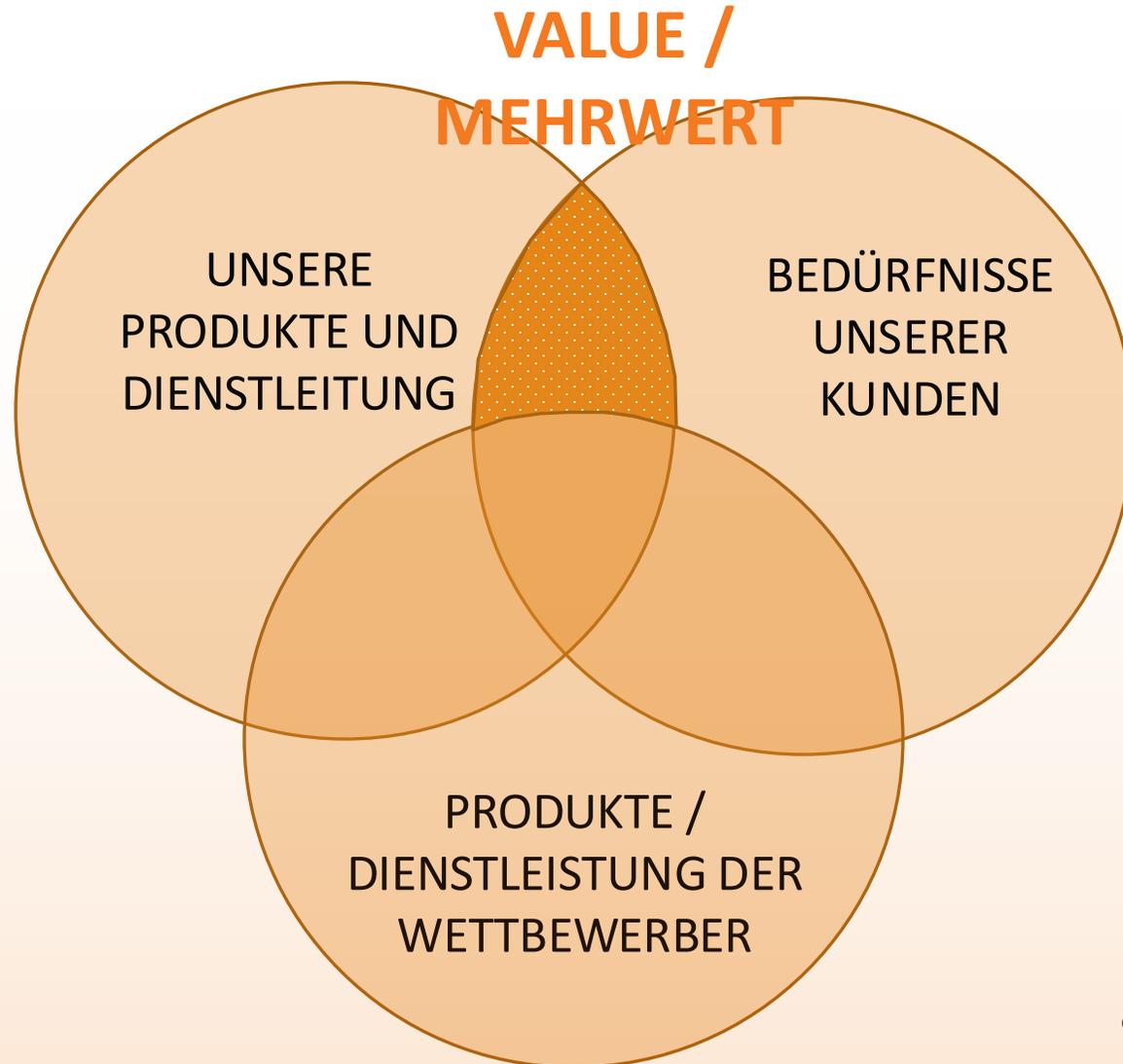


17% für ALLE Lieferanten!

n = 750 B2B buyers
Source: Gartner
© 2019 Gartner, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved. CM_611049

Gartner

Über allem steht der Mehrwert



QUELLE: D. ZUPANCIC

Kundenorientierte Geschäftsmodell- Transformation in Aktion



WALDNER – mein Auftraggeber

- 1.600 Mitarbeiter, davon 90 Azubis in 15 Berufen
- 256 Patente und über 110 Jahre Erfahrung
- Lösungen für über 10 Branchen
- Entwicklung und Produktion auf 65.000 m²
- Rd. 300 Mio. €
- 50% Export, 100 Partner/Händler
- Abfüllanlagen, Lernräume, Labor



Praxisbeispiel: Laboreinrichtung

Focus!

Put your focus on what really matters.



Be open – be creative “Think outside the box!”

Speak out what you think



Bring in your ideas and think!

Every individual opinion counts!

Connect your ideas with ideas of others.

Start discussions.

Have fun and enjoy your day!

Have a good time!

Praxisbeispiel aus einem Mandat



Praxisbeispiel aus einem Mandat



- pRED – Pharma Research and Early Development
- 2 große Laborgebaude
- 72 Meter bzw. 114 Meter hoch
- Laborarbeitsplätze für 1.800 Forschende aus 60 Ländern
- BIM – Building Information Modeling
- Bezug: Ende 2023, Investition: 1,3 Mrd. EUR.



Praxisbeispiel: Laboreinrichtung



Co-Creation Workshop

Nutzen verschiedener Design Thinking und Kreativitätsmethoden um Kundenbedürfnisse zu identifizieren



Agile Konzept Entwicklung

Zusammenbringen des Workshop Inputs mit der Erfahrung im Unternehmen. Dadurch wird ein Konzept mit einem dynamischen Feedback-Loop entwickelt



Prototyping future facilities

Engineering- und Prototypen auf Basis der spezifizierten Anforderungen

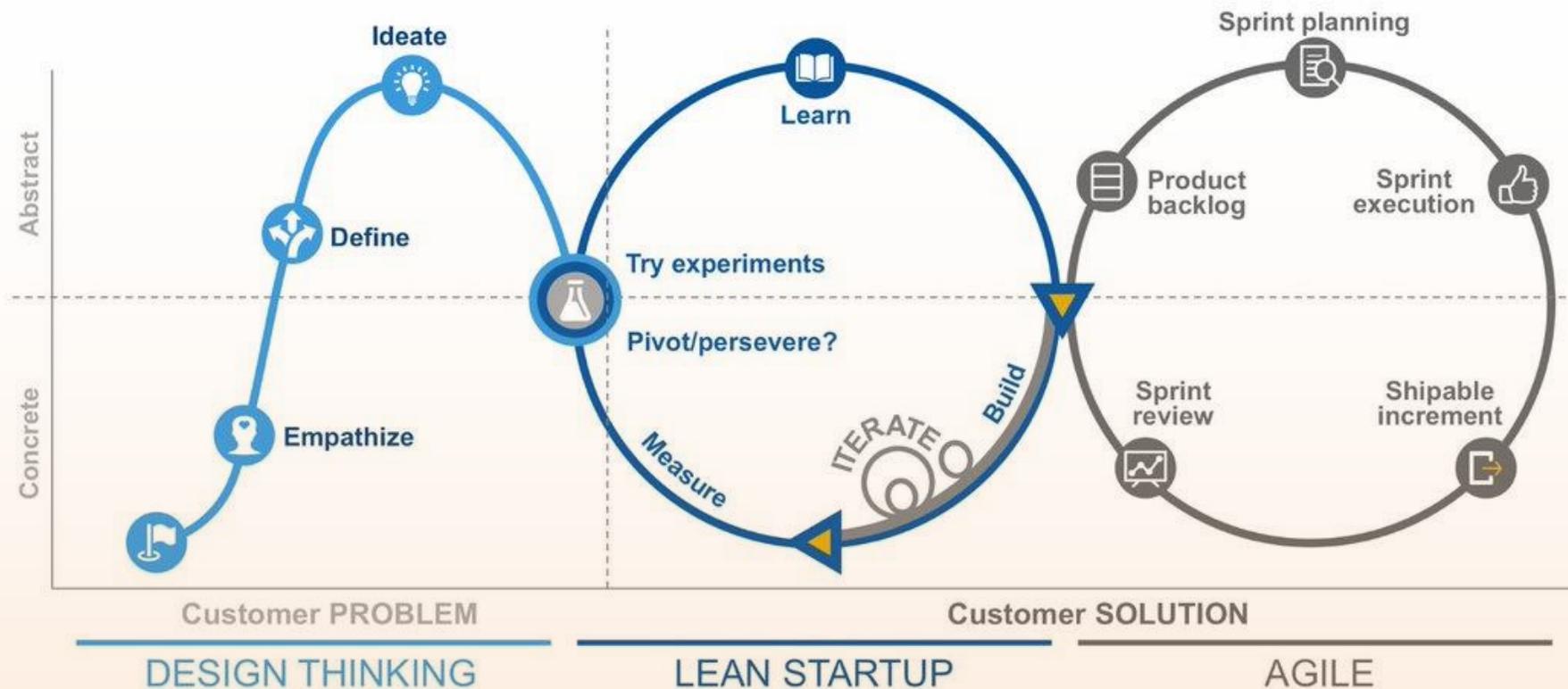


Future Life Science facilities

Verwirklichung der Vision einer nutzerspezifischen technischen Inneneinrichtung

Praxisbeispiel: Laboreinrichtung

Combine Design Thinking, Lean Startup and Agile



#GartnerSYM

21 CONFIDENTIAL AND PROPRIETARY | © 2016 Gartner, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved. Gartner and ITXpo are registered trademarks of Gartner, Inc. or its affiliates.

Gartner

- Innovationskraft des Kunden nutzen
- Kundenbedürfnisse besser verstehen
- Maßgeschneiderte Produkte entwickeln
- Differenzierungsmerkmale hervorheben
- Kundenbindung stärken

- Emotionale Entscheidungskriterien verstehen
- Langfristige Kundenbeziehungen etablieren
- Customer Experience verbessern
- Erfolgchancen erhöhen
- C-Level Awareness

Was hat es meinem Auftraggeber gebracht?

- Größter Auftrag in der Geschichte des Unternehmens
- Start digitaler, generativer Planungsmethoden
- Rapid Prototyping (sechs Wochen)
- Bekanntschaft mit allen Entscheidungsträgern
- Hohe emotionale Bindung an die Marke
- Basis für weitere Projekte auf der ganzen Welt



Virtuelle Realität im B2B-Sektor

Was Unternehmen tun können, um sich auf das
Metaverse vorzubereiten

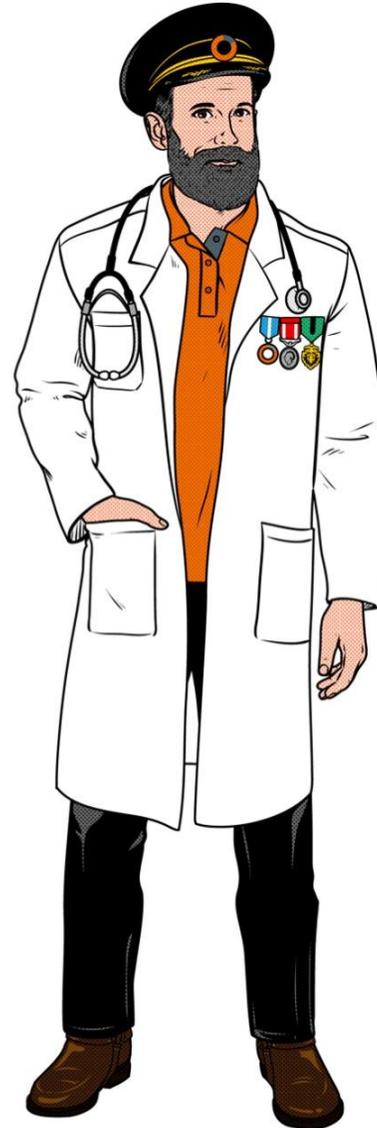


<https://metasales-excellence.com/>

EINE PERSON DIE
BEHAUPTET ETWAS
SEI NICHT MÖGLICH,
SOLLTE DIE PERSON
NICHT STÖREN DIE ES
GERADE TUT.



SALES CAPTAIN.INTERIM.
VERTRIEBSFORENSIKER.



Quote: Chin. Sprichwort

Radio Sales Captain

Hören Sie auf den **B2B**
Vertriebsprofi.



Weitere Informationen Interim Sales Management



- ✓ komor.blog mit über 125 Beiträgen
- ✓ LinkedIn Posts und Artikel
- ✓ Autor auf morethandigital.info
- ✓ DDIM.fachgruppe Vertrieb, Marketing & Service
- ✓ Springer Autor in Fachmagazinen und 5 Büchern
- ✓ Autor in vielen weiteren Fachmagazinen



Ralf H. KOMOR
Diplom-Wirtschaftsingenieur
Interim Manager DDIM®
Winner Interim Management Excellence Award
SALES CAPTAIN. INTERIM.

Jahnstraße 13
68526 Ladenburg

+49-173-148-6843
ralf@komor.de
www.komor.de

