Stand 1.1.2015

Referenzen: **KMB | Dr. Klaus M. Bernsau**
Konzept ·Management ·Beratung für Unternehmenskommunikation

KMB| Dr. Klaus M. Bernsau arbeitet hauptsächlich in diesen Zielfeldern:

- Analyse, Auf- und Ausbau der Internen Kommunikation, insbesondere des Verbesserungsmanagements und der Innovationskommunikation
- Entwicklung und Umsetzung von Vertriebsunterstützungssystemen und -prozessen, insbesondere CRM-Technologien, Kundenbindungs- und Kundenkarten-Systeme sowie Vertriebsinformationssysteme
- Unternehmens- und Marken-Positionierung, auch und gerade zur Führung und Motivation von Mitarbeitern und Vertriebspartnern
- Konzeptentwicklung und Mitarbeiter-Befähigung zu Social Media im Unternehmenseinsatz
- Semiotische Analyse von unternehmerischen Zeichensystemen (Marken, Werbung, Design, Produkte, Ikonen und Mythen) als Grundlage zur Erfolgsmessung, Optimierung oder Neuentwicklung
- Seminare und Trainings zu angewandter Kommunikationstheorie im unternehmerischen Zusammenhang

Führendes internationales Logistikunternehmen: Begleitung der Vertriebsmitarbeiter im Wandel von der Verwaltung des Frachtvolumens hin zur aktiven Vermarktung der Leistung
(1995 - 1997, ca. 150 Personentage durch Klaus M. Bernsau)

- **Konzeption der generellen Kommunikationsstrategie und deren Umsetzung mit den folgenden Details:**
- Erarbeitung relevanter Teilmärkte
- Aufbereitung der Marktgegebenheiten und Ableitung von Chancen und Risiken
- Aufbereitung der produkt- und technischen Rahmenbedingungen
- Entwicklung und Schulung der Unterlagen in Zusammenarbeit mit Experten des Unternehmens
- Erstellung von Schulungs- und Verkaufsunterlagen für alle Vertriebsmitarbeiter
- Projektergebnis:
  - Erfolgreiche Begleitung der Mitarbeiter auf ihrem Weg zu ‚echten Vertrieblern'
  - Spürbare Akzeptanz und Verkaufssteigerung in den bearbeiteten Segmenten

Führendes internationales Logistikunternehmen: konzernweites Verbesserungsmanagement: Überarbeitungen der Prozesse und Regularien sowie nachhaltige interne Kampagne für das Verbesserungsmanagement
(1996 - 1997, ca. 150 Personentage durch Klaus M. Bernsau)

- **Konzeption der Prozesse und der internen Kommunikation, Entwicklung und Implementierung zahlreicher Einzelmaßnahmen mit folgenden Inhalten:**
- Straffung und Erleichterung der Verfahren
- Dokumentation der neuen Verfahren mit verständlichen und ansprechenden Unterlagen
- Entwicklung einer Sympathiefigur
- Durchführung von unternehmensweiten sowie zielgruppenspezifischen (Azubis, Geschäftsbereiche etc.) Wettbewerben und Motivationsaktionen
- Projektergebnis:
  - Enorme Steigerung der Beteiligungszahlen (Aufstieg in die Top 10 der Großunternehmen)
  - Deutliche Steigerung der Erträge durch Verbesserungsvorschläge

Deutscher Automobilhersteller: Auf- und Ausbau des Händler-Extranets – Angeschlossen ca. 1.200 Händler-Betriebe und deren Mitarbeiter

(2002 - 2004, ca. 200 Personentage durch Klaus M. Bernsau)

- **Entwicklung und Umsetzung eines Konzepts zur schrittweise Ablösung der schriftlichen Händlerkommunikation durch interaktive, elektronische Kommunikation mit folgenden Details:**
- Prüfung, Überarbeitung und Verbesserung der Funktionalitäten des Extranet in Zusammenarbeit mit dem technischen Dienstleister
- Erarbeitung von Konzepten und Aktionen zur Akzeptsteigerung bei der Händlerschaft
- Aufbau und Integration multimedialer und interaktiver Schulungselemente zu Produktneueinführungen im Extranet
- Aufbau einen virtuellen „Anzeigenbaukastens" im Extranet; Ablösung des gedruckten Reprodienstes
- Integration der Geschäftsdrucksachenproduktion für alle Händlerbetriebe in das Extranet
- Projektergebnis:
    - Nach 1 1/2 Jahren breite Akzeptanz des Extranet
    - Übernahme der Funktion des Leitmediums
    - Erhöhung der Informationsgeschwindigkeit
    - Nutzung der Mehrwerte des neuen netzbasierten und multimedialen Services

Internationaler Automobilzulieferer: Erarbeitung der Onlinestrategie vom Wissensmanagement bis e-Business

(2006, ca. 30 Personentage durch Klaus M. Bernsau)

- **Analyse der aktuellen Kommunikationsprozesse und Entwicklung der zukünftigen Strategie**
- unter besonderer Berücksichtigung des Themas Internationalisierung
- und Chancen neuer Technologien
- Erarbeitung einer Bewertung von zukünftigen Kommunikations-Technologien
- Aufstellen des Zeit- und Masterplans für die zukünftige Online-Kommunikation
- Darstellung der Lösung und Gewinnung der Top-Entscheider für das Projekt
- Projektergebnis:
    - Übernahme als Masterplan
    - Noch heute in wesentlichen Zügen (interne Prozesse, Mehrmarken-Strategie, Projektfokus) relevant

Führendes internationales Logistikunternehmen: Neukonzeption der internen Innovationskommunikation auf Basis eines Innovationscenters

(2006 - 2007, ca. 100 Personentage durch Klaus M. Bernsau)

- **Konzeption und Umsetzung einer internen Innovationskommunikation, die auf den Leistungen des Innovationcenters beruht:**
- Darstellungen der Leistungen des Centers als Forschungs-, Schulungs- und Tagungscenter
- Recherche und redaktionelle Aufbereitung von einzelnen Referenz-Projekten
- Umsetzung der Inhalte in zahlreichen, zielgruppenbezogenen Medien:
    - Vom C-Level bis zur Werker-Ebene
    - Von der PowerPoint-Präsentation bis zum Beitrag in der Mitarbeiterzeitschrift
- Projekterfolg:
    - Breite Akzeptanz des Innovationscenters in der Mitarbeiterschaft
    - Gelungene interne Positionierung innerhalb konkurrierender, interner Innovationsansätze

Führendes deutsches DIY-Handelsunternehmen: Einführung einer Top-Kunden-Karte
(2008 - 2009, ca. 75 Personentage durch Klaus M. Bernsau)

- **Entwicklung und Implementierung einer Kundenkarte für Kunden mit hoher Unternehmensbindung und/oder großen Jahresumsätzen inkl.:**
- Definition der inhaltlichen Anforderungen seitens Marketing
- Erarbeitung der technischen Anforderungen inkl. Lastenheft
- Begleitung der Implementierung gemeinsam mit interner IT und externem Technik-Dienstleister
- Steuerung der Kommunikations-Konzeption und Umsetzung durch verschiedene Agenturen und interne Abteilungen
- Projekterfolg:
    - Start der Kundenkarte innerhalb der Zeit- und Budget-Vorgaben
    - Erreichen der anspruchsvollen Teilnehmerzahlen
    - Bis heute das Instrument zur Bindung der wichtigen Top-Kunden

Führende deutsche Fast-Fitter-Kette : Relaunch des gesamten CRM inkl. Einführung eines Kundenbindungssystems (2009 - 2010, ca. 120 Personentage durch Klaus M. Bernsau)

- **Überprüfung und Optimierung aller Mittel des Kundenbindungsmanagements, insbesondere**
- Einführung einer innovativen Punkte-Sammel-Mechanik
- Definition der technischen Anforderungen in Zusammenarbeit mit der internen IT
- Konzeption und Steuerung der Einführungskommunikation für die Sammelmechanik
- Konzeption der kompletten Direkt-Marketing-Kampagnen inkl. Entwicklung und Steuerung von Schlüsselmaßnahmen
- Projekterfolg:
    - Erhöhung der Kontaktfrequenz durch Direkt-Marketing bei Entlastung der internen Mitarbeiter und des Budgets
    - Ad hoc Steigerung des Umsatzes durch Direkt-Marketing
    - Etablierung der innovativen Punkte-Sammel-Mechanik

Deutsche Vertriebstochter eines internationalen Pharmaunternehmens: Bewertung, Neukonzeption und Implementierung der kompletten Internen Kommunikation
(2010 - 2013, ca. 200 Personentage durch Klaus M. Bernsau, weitere 100 Personentage des KMB| Teams)

- **Sichtung, Bewertung und Neuaufstellung aller Instrumente der Internen Kommunikation**
- Meeting-, E-Mail- und Telefon-Kultur
- Neustrukturierung und Wiederbelebung Intranet
- Schulungen zu kooperativem Kommunikationsverhalten
- Erarbeitung, Dokumentation und Vermittlung von Kommunikationsregeln
- Übertragen der internationalen Unternehmensmission auf die deutschen Verhältnisse und in eine hier verständliche Sprache
- Medienspektrum der Maßnahmen: von persönlicher Kommunikation über Print bis zu elektronisch-interaktiven Medien
- Projekterfolg:
    - Umsetzung des Management-Versprechens Kommunikation als Erfolgsfaktor zu nutzen
    - Wesentliche – gefühlte – Entlastung aller Mitarbeiter, insbesondere des Außendiensts

Führender internationaler Universalversicherer: Erarbeitung des Anforderungsprofils an ein zukünftiges CRM-System zur Integration der Vertriebsorganisationen (2012, ca. 60 Personentage durch Klaus M. Bernsau)

- **Erarbeitung eines inhaltlichen und technischen Anforderungsprofils für ein zukunftssicheres CRM-System inkl.:**
- Ermittlung der Anforderungen und Wünsche der Vertriebsorganisation und ihrer Mitarbeiter
- Modellierung der Planungs-, Bestell- und Individualisierungs-Prozesse
- Definition von Anforderungen bzgl. Marketingperformance und Usability
- Erarbeitung der Wireframes (Funktionslayouts von Bildschirmansichten)
- Projekterfolg:
    - Verabschiedung des Anforderungsprofils durch alle relevanten Fachabteilungen
    - Nutzung der Anforderung für die Ausschreibung des zukünftigen Systems

Internationaler Nahrungsmittelhersteller: Entwicklung eines Fachinformations-Online-Portals für Kinderärzte und Hebammen (2013 - 2014, ca. 100 Personentage durch Klaus M. Bernsau sowie 50 Personentage durch KMB| Team)

- **Erarbeitung der Inhalts- und Navigationsstruktur auf Basis eines bestehenden CMS**
- Erarbeitung der Rohinhalte: Definition der Kapitelinhalte und des Bildmaterials
- Management der inhaltlichen Umsetzung
- Entwicklung von neuen Service- und Informationsangeboten
- Erarbeitung des Lastenhefts für die inhaltlichen und funktionalen Erweiterungen des CMS
- Management der Implementierung inkl. umfangreichen Funktionstests für das CMS
- Projekterfolg:
    - Termingerechte Implementierung und Go-Live des Informations-Portals
    - Wesentliche Weiterentwicklung der Qualität und des technologischen Standes der Fachinformation der wichtigen medizinischen Partner

Führender internationaler Universalversicherer: Konzeption und Realisierung eines Piloten für die technologie gestützte Vertriebskommunikation (2013 – 2015, ca. 120 Personentage durch Klaus M. Bernsau sowie 30 Personentage durch KMB| Team)

- **Entwicklung neuer Informationsprozesse und Medien unter der Zielsetzung Komplexitätsreduzierung in der Vertriebsunterstützung**
- Reflektion und kritische Prüfung der bestehenden Prozesse
- Entwicklung eines neuartigen modularen und hoch flexiblen Informations-Erstellungs- und Verwaltungsprozessen
- Erarbeitung von Zielanforderungen zukünftiger Medien
- Erarbeitung von medien- und zielgruppengerechten Inhalte innerhalb eines Piloten
- Bewertung und Selektion der Medien und Technologien
- Begleitung und Management der inhaltlichen und technischen Realisation
- Projekterfolg:
    - Eröffnung einer neuen medialen Welt in der Vertriebskommunikation
    - Initialisierung einer breiten Diskussion und Neuorientierung bzgl. Medien und Inhalte in der Vertriebskommunikation

Führendes deutsches DIY-Handelsunternehmen: Migration der technologischen Plattform eines Kundenkartenprogramms (2014: ca. 75 Personentage durch Klaus M. Bernsau)

- **Anforderungen und Testkonzeption für die Migration der Plattform inkl. aller Daten bei laufendem Betrieb**
- Definition der Anforderung auf Basis der Programmrahmenbedingungen und zukünftiger Ziele sowie technologischer Vorgaben (Umzug auf ein bestehendes mandantenfähiges Systems)
- Erstellung eines Testdesign
- Erarbeitung des kompletten Testprogramms bis zu den Einzeltestfällen auf Basis eines Testmanagement-Systems
- Durchführung und Reporting der Testergebnisse
- Projekterfolg:
    - Aufdeckung und Vermeidung teilweise gravierender Mängel in der Systemkonzeption, Ausführung und Implementierung
    - Termingerechte Migration und Anlauf des Kundenkartenprogramms