



Stellenbezeichnung

Chief Executive Officer,
125 Mitarbeiter und 2 Mio. €
Gewinn

Jan blickt auf eine 20-jährige Karriere zurück; mit Etappen in der Softwareentwicklung, SAP Beratung und diverser Rollen im Management.

Alter

45 Jahre; 30-60 Jahre

Jahreseinkommen
500 T€

Höchster Schulabschluss
Dipl.-Wirt.-Inf. (Univ.)

Sprachen
DE, EN & ES

Branche
Dienstleistungsbranchen
mit Beratungsfokus in der
Fertigungsindustrie (PKW)

Chief Executive Officer Jan

Analoge Rollen bzw. Personas Buyer

Anhand einer konkreten Person sollen vage Aussagen konkretisiert werden. Um die Kommunikation weiter zu optimieren, wählen wir zwei Detaillierungsebenen (getrennt durch die Formatierung **fett**) und deuten die Zielgruppe an. Ähnliche Rollen werden zusammengefasst: CEO, Geschäftsführer (GF), SAP CC Leiter bzw. Abteilungsleiter. Entscheider im Bereich Vertrieb und Marketing können ebenso interessante Kontakte darstellen, müssten aber eigentlich über eine weitere Persona Buyer abgebildet werden. Smarte Leser finden den Großteil der relevanten Informationen auch in diesem Dokument. Es handelt sich für alle nahezu um die oberste Managementebene in SAP Beratungen, bei SAP Zusatzproduktanbietern und Akademien, welche für eine größere Gruppe von SAP Experten zuständig ist und Budgetentscheidungen trifft.

Bevorzugtes Kommunikationsmittel

- Immer: Telefon, Teams-Meetings, Outlook-E-Mails und weitere MS Office-Produkte
- Social Media: LinkedIn und Xing; ggf. auch YouTube, Facebook, Instagram, X und selten Threads, Pinterest, Tumblr, Bluesky, TikTok, Mastodon, Quora etc.
- GF sind persönlich bzw. über Ihre Unternehmensaccounts in recht vielen sozialen Netzwerken vertreten bzw. haben dies an Mitarbeiter delegiert.

Tools, die für die Arbeit erforderlich sind

- Diverse CRM-Systeme und Softwarelösungen für die Unternehmensführung
- Gelegentlich noch im Kerngeschäft: SAP ECC bzw. SAP S/4HANA als ERP-Systeme zzgl. der weiteren Systemlandschaft

Zuständigkeiten

- Entwicklung von Strategien im Bereich Produkt- und Unternehmensentwicklung, Marketing und Transformationsprojekten sowie Beratung in diesem Umfeld.
- Steuerung der Produkt- und Unternehmensentwicklung
- Entscheidungen über Vertriebs- und Marketingausgaben
- Kapazitätsplanung, Personalauslastung, Personalführung und -entwicklung
- Ggf. Personalbereitstellung, falls noch im Management der Projekte mitgewirkt wird
- Ggf. Programm-, Portfolio- und Gesamtprojektleitung bzw. dessen Steering
- Umsetzung bzw. Delegation von Branding-, PR-, Marketing- und Vertriebsstrategien
- Budgetverantwortung
- Stakeholder Management beim Kunden, Partnern, im Vorstand und der Linie

Vorgesetzer

N/A

Unternehmensgröße

125 Mitarbeiter; 1 – 2.000

Mitarbeiter

Ortsangaben

Hannover; national und international

Ziele

Etablierung von Geschäftsstrategien, eigenen Produkten und Unternehmen, Strategieberatung hinsichtlich Unternehmens- und Produktentwicklung sowie deren Vermarktung. Parallel Steering diverser S/4HANA-Projekte.

Persönliches

Männlich, geschieden, introvertiert und ziemlich entspannt.

Interessen und Freizeit

Aktien, Reisen & Psychologie

Größte Herausforderungen

- **Kundengewinnung:** Alles fällt und steht mit dieser Herausforderung. Viele Tätigkeiten sind im Kern darauf ausgerichtet und die größten Herausforderungen entstehen, wenn es diesbezüglich Probleme gibt. Seien Produkte, Beratungsleistungen und Arbeitsprozesse noch so gut, letztlich geht es um konkrete Abschlüsse und den Cash Flow.
- **Personalbedarf:** Es werden Softwareentwickler, Modulberater, Gesamt- und Teilprojektleiter und diverse Spezialisten benötigt. Falls noch aktiv in den Projekten mitgewirkt wird bzw. das Unternehmen dieses Zusatzgeschäft etabliert hat, werden Kontakte mit eigenen PLs bzw. Kunden hergestellt.
- **Produktvermarktung:** Branding, PR, Marketing und Vertrieb ist durch geeignete Maßnahmen und Strategien zu optimieren, sodass sich möglichst Vertriebserfolge in diversen Absatzmärkten ergeben.
- **Budgetentscheidungen bzgl. Vermarktung von Produkten und/oder Dienstleistungen (Beratung bzw. Akademie)**
- **Entscheidungsfindung bzgl. Themen mit sehr hoher Priorität:** Ein CEO überlässt kleinteilige Entscheidungen Untergebenen und beteiligt sich nur an sehr wesentlichen Entscheidungsprozessen, wie z.B. der Auswahl langfristiger Dienstleisterkooperationen (z.B. bzgl. Marketingagentur), großer Zusatzproduktentwicklungen, strategischer Unternehmenskooperationen oder M&A.

Weitere Details, um die Emotionen und das Arbeitsumfeld der Person besser kennenzulernen.

- **Personalführung:** Die Mitarbeiterführung und -entwicklung ist auf dieser Ebene ausgeprägt; kann teilweise jedoch auch auf einer Ebene darunter angesiedelt sein.
- **Ausgewogene Arbeitsatmosphäre mit viel Verantwortung:** Selbstbestimmung, ein Recht auf Anspruchshaltung gegenüber Mitarbeitern, Partnern und sogar Kunden, weniger abhängig von fremden Entscheidungen usw. Herausforderungen ergeben sich durch die vielen parallelen Themen, Projekte und die Verantwortung für Vertriebserfolge. Läuft der Verkauf (Cash Flow & Gewinn) gut, dann ergibt sich ein Arbeitsumfeld indem strategische Themen und Selbstverwirklichung möglich sind. Reisen und Meetings erfolgen größtenteils selbstbestimmt und sind als moderat einzustufen.
- **Soziale Herausforderungen:** Abhängig von Kunden und Partner, können soziale Herausforderungen auftreten und es sind mit Feingefühl Kompromisse herbeizuführen bzw. präventive Maßnahmen (Beziehungsmanagement) zu ergreifen.
- **Ressourcen Management:** Ist als deutlich einfacher einzustufen, da man über hinreichende Ressourcen verfügt, taktieren und delegieren kann.
- **Projektorganisation:** Analog zum Projektleiter Lutz und ergänzt um die Abstimmung von mehreren Projekten aufeinander. Die Tätigkeit erfolgt ggf. nur noch aus einer übergeordneten Perspektive (Steering).

Soziale Netzwerke

- X
- Xing
- LinkedIn
- YouTube
- Facebook
- Instagram

Informationsgewinn durch

- **Netzwerke innerhalb des Unternehmens, externe Kontakte und etablierte Geschäftsbeziehungen**
- **Internetrecherche, Konferenzen (z.B. SAP TechEd oder SAPPHIRE NOW), Schulungen, Webinare, Social Media insb. LinkedIn etc.**
- **Innovationsdrang:** Eine durchaus systematische Analyse zukünftiger Innovationen und deren Potential für das eigene Portfolio, sollte gegeben sein. Eine Orientierung an der Massenmeinung und ggf. die Delegation von Machbarkeitsstudien, kann unterstellt werden.

Maßstäbe für die Leistung

- **Immer: Abstimmung divergierender Projekte, Mitarbeiterproduktivität, Einhaltung von Zeit-, Inhalts- und Budgetvorgaben**
- **Zwischenmenschliche Fähigkeiten** für die effektive Zielerreichung (Verhandlungsgeschick und Vernetzung), Zufriedenheit trotz Zielabweichungen (Einbindung & Beziehungspflege), Motivation des Teams, Zufriedenheit und Einbindung der verschiedenen Anspruchsgruppen (Information, Training & Entscheidungen) usw. Einiges wird i.d.R. von weiteren Personen, wie einem Business Relationship Manager, Change Manager, Trainern usw. übernommen.

Persönliche Eigenschaften und Unternehmenskultur

- Bevorzugt laissez-faire, demokratischer, kooperativer oder situativer Führungsstil
- Authentisches und freundschaftliches Arbeitsumfeld mit Bodenständigkeit

Ziele und KPIs

- **Einhaltung der Zielvorgaben** bzgl. Unternehmensstrategie und abgeleiteter Projekte
- **Gute** und langfristige Kunden-, Lieferanten- und Partnerbeziehungen
- **Cross-Selling;** ggf. nicht nur bzgl. der Ressourcen des eigenen Unternehmens
- **Gewinnmaximierung:** Einkaufskosten (Freiberufler), Provisionsmaximierung, Verkauf zum Höchstpreis etc.
- Gelegentlich: Lizenz- und Produktvermittlung bzgl. eigener Produkte und die der Partner insb. SAP
- **Personalentwicklung, Talentgewinnung und Reduzierung der Fluktuation**
- **Kostensenkung**
- **Effizienzsteigerung** z.B. durch Automatisierung, KI, Fortbildungen, Prozessoptimierungen usw.
- Gelegentlich: Lizenz- und Produktvermittlung bzgl. eigener Produkte und die der Partner insb. SAP
- **Persönlichkeitsentwicklung** zur Steigerung der Effektivität und Effizienz vieler Themen sowie Weiterentwicklung des übergreifenden Gesamtverständnis für die Strategie- und die Projektberatung (Coaching & Steering).
- **Zufriedenheit der Kunden, Geschäftsführer und Mitarbeiter**

Branchendetails

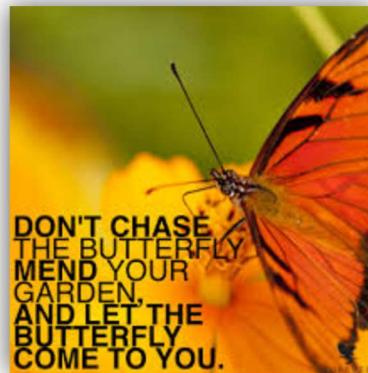
- **Allgemein: Produzierende Industrie, Handel und Gesundheitswesen**
- Speziell: Automotive, Maschinenbau, diskrete Fertigung, Healthcare und Lebensmittelhandel

Ortsangaben

- **Deutschland** und ggf. sogar international. Moderne Kommunikationswege ermöglichen nationale und sogar internationale Tätigkeiten aus dem eigenen Büro abzuwickeln. Im Rahmen der Personalvermittlung, kann auch Vorort Personal bereitgestellt werden.

Kauf- und Entscheidungsprozesse

- Die eigenständige Suche, Auswahl und Vergleich bzgl. kleinerer SAP-Beratungen bzw. Freiberuflern, findet selten statt. Man setzt eher auf altbewährte Kontakte bzw. deren Empfehlungen.
- Projektausschreibungen und die Kundengewinnung seitens großer Beratungshäuser, sind separat zu betrachten.



Die genannten Rollen interessiert vorwiegend eine gute Auslastung des eigenen Personals. Im Rahmen des Cross-Selling kann es vorkommen, dass Drittanbieter als Subauftragnehmer mit eingebunden werden. Tendenziell sind eher kleine Unternehmen an diesem Zusatzgeschäft interessiert. Persönliche Präferenzen können auch den Zugang zu größeren SAP-Anbietern ermöglichen. Üblicherweise ist die Besetzung von Projekten eher bei den externen Projektleitern angesiedelt und es werden ggf. lediglich Kontakte hergestellt. Die Offenheit gegenüber Maßnahmen zur Absatzförderung, kann gegeben sein. Insbesondere Alleinstellungsmerkmale, konkrete Arbeitsergebnisse, aufgebauten Lösungen (z.B. SAP Magazin) und konkrete Vertriebserfolge, können auf offene Ohren stoßen.

Negative Persona

- Branchen: Logischerweise bezieht sich das ausschließlich auf SAP-Anbieter und alle anderen Branchen können ausgeschlossen werden. SAP-Anbieter von Beratungsleistungen, Zusatzsoftware, Subsystemen, MDAs/Scannern, Ausbildungen, Fortbildungen, Plugins, Addons usw. lassen die Branche auch wieder recht groß werden. Für fachfremde Marketingagenturen gilt, wird SAP nicht erwähnt ist es keine Zielgruppe.