

Kompetenz- und Aufgabenprofil

Name: Torsten Schröder

	<u>Beratung</u>	<u>Coaching</u>	<u>Training</u>	<u>Organisationsentwicklung</u>	<u>Personalauswahl</u>
	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung von Vertriebsstrategien • Brandbuilding mit Markenshops und Shop-in-Shop-Konzepten • Vorbereitung von Key Account Gesprächen • Interim-Management im Bereich Vertriebsleitung oder KAM 	<ul style="list-style-type: none"> • Verhandlungs-coaching für Key Account Manager oder Einkaufsverantwortliche 		<ul style="list-style-type: none"> • Analyse und Optimierung von Vertriebsstrukturen 	<ul style="list-style-type: none"> • Besetzung von Fach- und Führungspositionen • Erstellung von Anforderungs- und Aufgabenprofilen • Potenzialanalysen • Strukturierte Interviews • Auswahl und Einsatz von Testverfahren
Obere Führungsebene					
Mittlere Führungsebene					
Untere Führungsebene					
Spezialisten					
Werker					

Branchenfokus:	Markenartikel Food / Lebensmittelindustrie / Mittelständische Unternehmen
----------------	---------------------------------------------------------------------------

<p>Ausgewählte Projekte: (Kurzbeschreibung)</p>	<ul style="list-style-type: none">• Regelmäßige Besetzung von Fach- und Führungspositionen in verschiedenen Betrieben mit 100 – 500 Mitarbeitern in Deutschland und in Polen• Planung und Leitung von Neueröffnungen, Umbauten und Schließungen für Einzelhandelsgeschäfte am Flughafen Frankfurt sowie Erstellung von Ausschreibungsunterlagen und Präsentationen im Rahmen von Mietverhandlungen• Entwicklung und Umsetzung einer Ertragsstrategie für den deutschen Markt eines belgischen Markenproduzenten• Expansion mit Brandshops für eine internationale Premium-Marke zur Steigerung der Markenwahrnehmung im deutschen Markt• Entwicklung und Umsetzung einer Wachstumsstrategie im europäischen Retail für einen deutschen Premiumhersteller• Aufbau und Einführung eines neuen Konditionsmodells für den Vertrieb an Fachhändler, Travel Retail und Premium LEH• Entwicklung und Einführung eines kontinuierlichen Strategieprozesses in einem mittelständischen Unternehmen
---------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------