

## **Case Study II: Organisationscoaching – Einführung einer kundenzentrierten Vertriebsorganisation bei einem internationalen IT-Dienstleister**

### **Ausgangssituation**

Ein international tätiger IT-Dienstleister mit mehreren Landesgesellschaften hatte in den vergangenen Jahren stark in Technologie, Prozesse und Expansion investiert. Der Vertrieb war dabei weitgehend produktorientiert aufgestellt und stark von regionalen Strukturen geprägt. Kundenschnittstellen waren uneinheitlich organisiert, es fehlte eine durchgängige Kundensicht, und die internen Abstimmungen zwischen Vertrieb, Produktmanagement und Delivery waren aufwendig. Die Geschäftsführung entschied sich, eine kundenzentrierte Vertriebsorganisation zu etablieren – begleitet durch ein strukturiertes Organisationscoaching.

### **Zielsetzung des Projekts**

- Entwicklung einer durchgängigen kundenzentrierten Vertriebsstruktur
- Stärkere Ausrichtung des Vertriebs an Kundensegmenten und Bedarfen
- Verbesserung der internen Zusammenarbeit entlang der Customer Journey
- Klare Rollendefinitionen und Prozesse zwischen Vertrieb, Delivery und Produktmanagement
- Entwicklung eines integrierten Steuerungs- und CRM-Konzepts

### **Vorgehen**

#### **1. Analyse und Zielbildentwicklung**

- Workshops mit Geschäftsführung, Vertrieb und Schnittstellenbereichen
- Analyse bestehender Vertriebsprozesse, Kundenschnittstellen und Steuerungsmodelle
- Entwicklung eines Zielbilds für eine kundenzentrierte Vertriebsorganisation (Segmentorientierung, Account-Verantwortung, interne Kollaboration)

#### **2. Strukturelle Neuausrichtung des Vertriebs**

- Einführung eines Key-Account-Ansatzes mit klarer Segmentverantwortung
- Aufbau von Customer Success Funktionen zur nachhaltigen Kundenbindung
- Etablierung eines cross-funktionalen Vertriebsboards für Koordination und Abstimmung

#### **3. Organisationscoaching der Führungskräfte und Teams**

- Einzelcoachings für Vertriebsleitung und Bereichsführung zur neuen Rollenwahrnehmung
- Teamcoachings zur Entwicklung gemeinsamer Arbeits- und Kommunikationsmodelle
- Moderation von Konfliktklärungen und Abstimmungen mit angrenzenden Fachbereichen

#### 4. **Entwicklung unterstützender Strukturen und Tools**

- Einführung gemeinsamer Kundenpipelines und CRM-Standards
- Klärung von KPIs, Zielsystemen und Performanceindikatoren im Vertrieb
- Entwicklung eines Leitbilds für kundenzentriertes Verhalten in Vertrieb und Beratung

#### 5. **Verankerung und Rollout**

- Durchführung länderübergreifender Umsetzungstrainings
- Einrichtung eines internen Kompetenzzentrums für kundenzentrierte Vertriebsarbeit
- Etablierung regelmäßiger Feedbackschleifen und Reviewformate

### **Ergebnisse**

- Einführung einer einheitlichen, kundenzentrierten Vertriebsstruktur in allen Landesgesellschaften
- Klare Verantwortlichkeiten und abgestimmte Prozesse entlang der gesamten Customer Journey
- Deutlich bessere Zusammenarbeit zwischen Vertrieb, Delivery und Produktmanagement
- Gesteigerte Kundenzufriedenheit und -bindung durch konsistenten Auftritt und Betreuung
- Stärkung der strategischen Steuerung über einheitliche CRM- und KPI-Systeme

### **Fazit**

Das Organisationscoaching ermöglichte die systematische Transformation einer produktgetriebenen in eine kundenzentrierte Vertriebsorganisation. Erfolgsfaktoren waren die enge Einbindung der Führungskräfte, die bereichsübergreifende Zusammenarbeit und die schrittweise, praxisnahe Umsetzung mit konsequenter Verankerung in der Organisation.