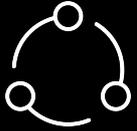


The background of the image is a dark, black space filled with a dense stream of falling coins. The top half of the image shows a heavy rain of gold coins, while the bottom half shows a heavy rain of silver coins. The coins are captured in motion, creating a sense of dynamic energy and abundance. The lighting highlights the metallic surfaces of the coins as they fall.

Consulting Portfolio

Ich erschließe Zielmärkte in der Industrie und gestalte
B2B-Marketing für das digitale Zeitalter.
Für Start-ups und High-Tech-Unternehmen.



Marketing



Digital Strategy



CX



B2B

Strategie & Konzept

Lead-Management & CRM

Kampagnen

Content, Story & PR

Geschäftsmodelle

Go-to-market

Wertschöpfungsketten

Transformation

Personas

Journeys

Services

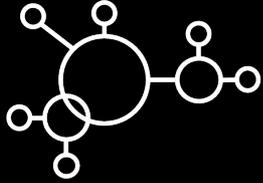
Community

IT

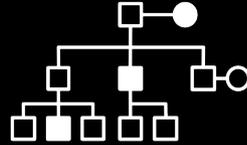
Startups

Cybersecurity

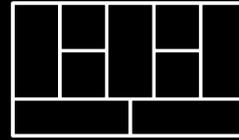
Energie, Medien, Finanzen



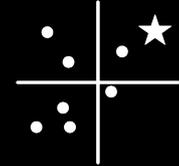
Branche & Ökosystem



Zielgruppe & Buying Center



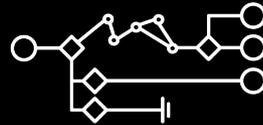
Business Model



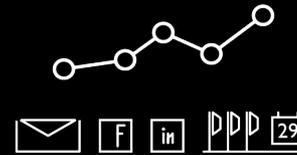
Branding & Positionierung



Customer Centricity



Personas & Journeys



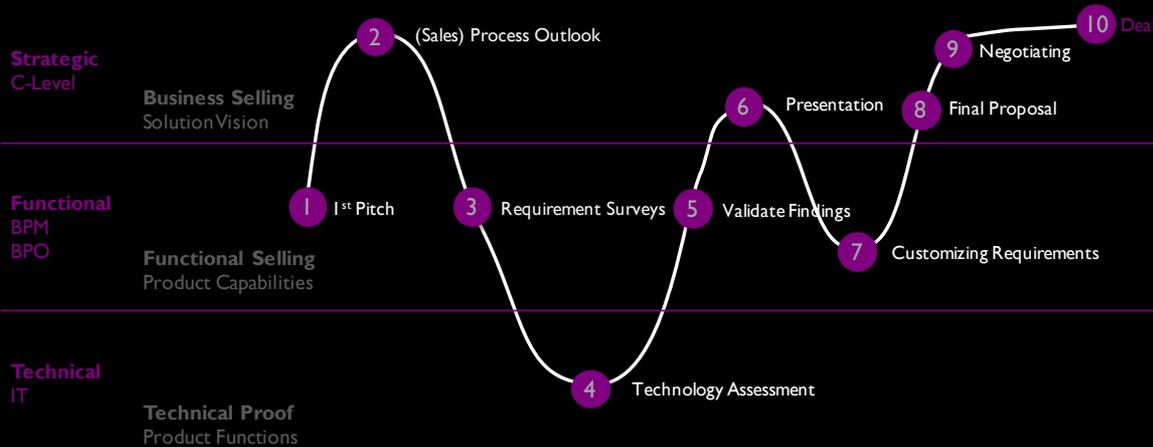
Kampagnen



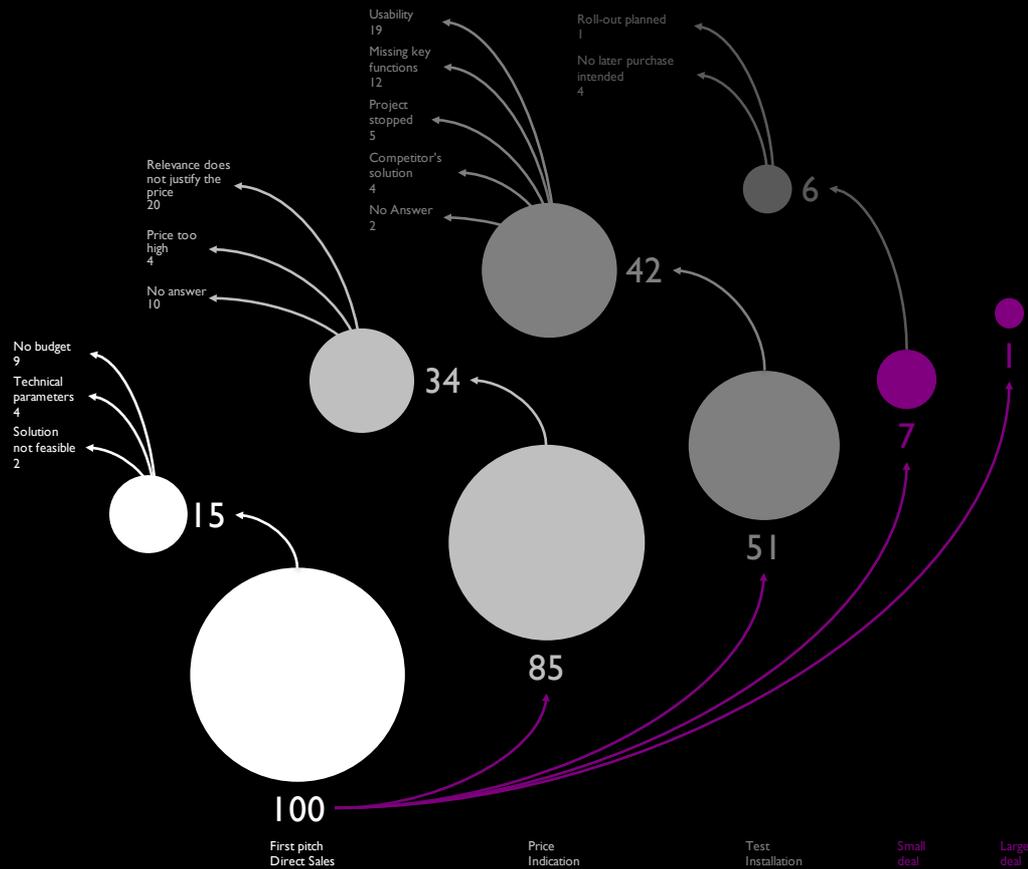
PR & Storytelling

Beispiele

Mehr Umsatz durch die Anpassung des Vertriebsprozesses.



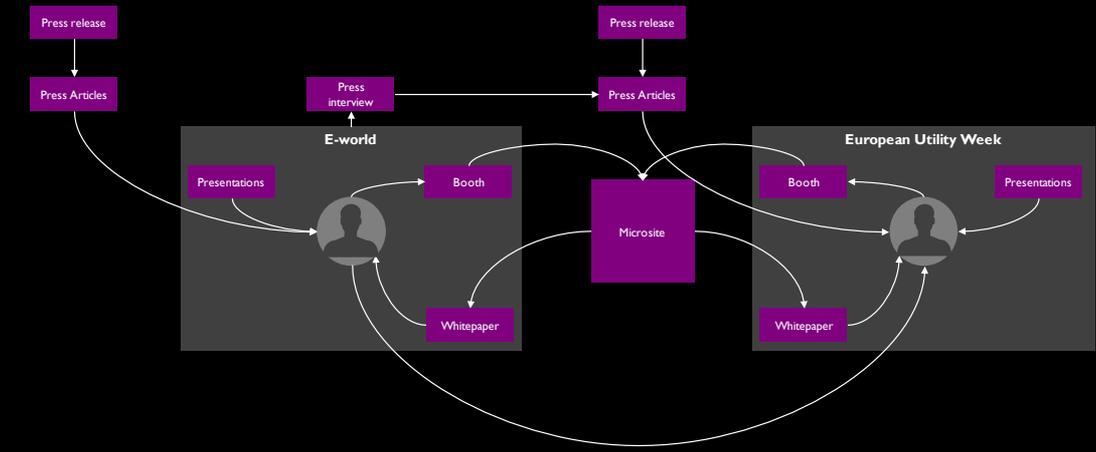
Auf Basis von Interviews und Daten aus dem CRM-System wurde der Vertriebsprozess bei einem IT-Unternehmen neu definiert. Die Analyse zeigte, dass die Budgetverantwortlichen in der Geschäftsführung im bisherigen Prozess zu spät eingebunden wurden. Trotz starkem Interesse der Funktionsbereiche (Anwender) und technischer Umsetzbarkeit kam es vor Geschäftsabschluss zu Verzögerungen und Projektstopps. Durch die frühzeitige Einbindung der Entscheider und die Verbindung der Lösung zu den strategischen Zielen der Kundenorganisation wurde die Zahl der erfolgreichen Abschlüsse gesteigert.



Die Analyse verlorener Projekte zeigte fehlende Features und Usability-Probleme als Lost-Grund.

Auf Basis einer "Lost Opportunity-Analyse" für das Produktmanagement konnte gezeigt werden, warum der Produktabsatz deutlich unter den Erwartungen lag: Nicht der Preis war ausschlaggebend, sondern fehlende Funktionen. Die Abbruchquote konnte durch Korrekturen am technischen Konzept und verstärkter Kommunikation der Mehrwerte deutlich verringert werden.

Eine maßgeschneiderte Kampagne überzeugte Entscheider von Energieunternehmen.



Thematisch adressierte der Kampagneninhalte zwei aktuelle Herausforderungen der Zielgruppe. Eine starke Metapher als Aufhänger verankerte die Marke im Gedächtnis der Entscheider. Die oft zu findende Kanonade von Features und Funktionen wurde in der Kommunikation bewusst vermieden. Die Kampagne war auf ein Jahr angelegt und um die beiden größten Branchenmessen herum lanciert. Eine Microsite diente als zentraler Anlaufpunkt und erfolgreicher Lead-Generator.



Microsite

PR

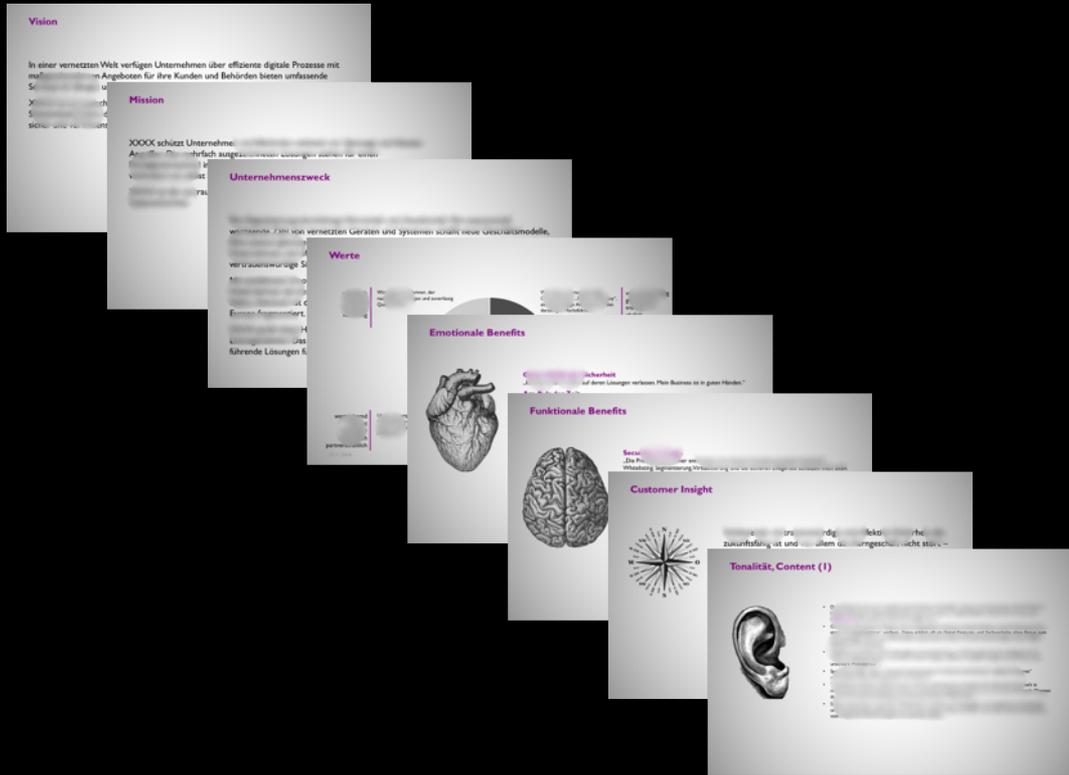
Präsentationen

Whitepaper



PR und Content Marketing für IT- und Technologieunternehmen

Ich erstelle Content-Konzepte und schreibe Texte für erklärungsbedürftige Industrieprodukte und Softwarelösungen. Dazu verfüge ich über ein ausgezeichnetes Netzwerk zu Journalisten und Agenturen. Inhalte entwickle ich auf Basis eigener Recherche und exzellenter Industriexpertise – so übersetze ich „Features & Functions“ in überzeugende und lesenswerte Stories.



CI-Leitbild und Kernwerte für ein IT-Unternehmen.

Nach Übernahme und Integration mehrerer Firmen hatte sich die Kultur eines IT-Unternehmens verändert. Ein neues Leitbild mit gemeinsamen Werten sollte entstehen, das die Perspektive von Mitarbeitern und Führungskräften vereint. Aus den Ergebnissen mehrerer Workshops entstand das auf vier Kernwerten beruhende Unternehmensleitbild als gemeinsame Identifikationsbasis. Das gleichzeitig entwickelte Markenmodell gibt eine klare Vision und Mission für die Zukunft des Unternehmens.

Über mich



seit Oktober 2016
Consultant Strategie & Marketing



2016
Head of Corporate Marketing



2013-2016
Marketing Manager



2008-2013
Senior Manager Marketing



2000-2008
Kommunikationswissenschaft & Politikwissenschaft

1996-2000
Bankkaufmann

Christian Reschke
B2B Strategie & Marketing

Zimmerstr. 68
10117 Berlin

+49 177 8220977
Hallo@christianreschke.com