

IHR PROJEKTTEAM VON DR. FRIED & PARTNER

KURZPROFIL DR. MARKUS HELLER (1/2)

AUSBILDUNG

- Wirtschaftsuniversität Wien, Grundstudium Betriebswirtschaftslehre
- Ludwig-Maximilians-Universität München, Studium der Betriebswirtschaftslehre, Abschluss 1994: Diplom-Kaufmann
- Doktorandenstudium und Dissertation an der Universität St. Gallen, Schweiz



BERUFSERFAHRUNG

- Seit 1998
Geschäftsführender Gesellschafter von Dr. Fried & Partner, München
- Seit 2006
Auditor für Servicequalität bei der TÜV SÜD Management Service GmbH, München
- 1995 bis 1998
Consultant bei Dr. Fried & Partner, München
- Studienbegleitende Tätigkeit bei der Deutschen Lufthansa AG

KNOW-HOW

- Projektmanagement
- Prozessmanagement (Analyse, Redesign / Optimierung, Implementierung)
- Vergütungssysteme
- Markt- und Vertriebsanalysen, Vertrieboptimierung, Marketing- und Vertriebskonzepte
- Personalentwicklung / Coaching von Führungskräften in der Reisebranche
- Qualitätsmanagement
- Systemanalysen und -bewertung

MARKETING / VERTRIEB

- Entwicklung von Provisions- und Konditionensystemen
- Analyse, Bewertung und Entwicklung von Service- bzw. Produktkonzepten
- Entwicklung von Produkt-, Vertriebs- und Marketingstrategien
- Entwicklung und Umsetzung von Vertriebs- und Marketingkonzepten und -maßnahmen
- Einführung und Umsetzung von Qualitätsmanagement

CONTROLLING:

- Betriebsanalysen
- Unternehmensbewertungen
- Ausrichtung der Unternehmensführung an betriebswirtschaftlichen Kennzahlen
- Bilanzanalysen
- Durchführung von Wirtschaftlichkeitsanalysen zur Absicherung strategischer Entscheidungen
- Erstellung von Business Cases zur Einführung neuer Angebote und Produkte
- Entwicklung und Umsetzung von Konzepten zur Produktivitätssteigerung
- Entwicklung bzw. Redesign von Strukturen und Prozessen in Organisationen
- Durchführung von Prozess- und Prozesskostenanalysen

IT / EDV:

- Erarbeitung und Umsetzung von Produktstrategien für internationale Computer-Reservierungs-Systeme
- Analyse von Front-, Mid- und Backofficesystemen
- Entwicklung von Internet-Plattform-Strategien
- Studien zum Einsatz von Internet-Booking-Engines im Reisevertrieb