

Dr. Andreas Most

Kurzprofil Strategie
 Marketing
 Organisation

Berufliche Tätigkeit

1981 - 1986 wissenschaftlicher Mitarbeiter
1987 - 2000 Inhaber-Tätigkeit im eigenen Unternehmen
2000 - 2006 Geschäftsführer der Interkom (später O2)
 Shop GmbH (Telekommunikation)
2006 - heute freiberuflicher Berater



Nebenberufliche Tätigkeiten (Auswahl)

Zahlreiche Veröffentlichungen, vor allem zum Handels-Marketing, Banken-Marketing, zur Marktforschung und zum Marketing-Management sowie zu praxisbezogenen Aspekten des Einzelhandels und der Süßwarenbranche;
Durchführung diverser Seminare und Trainings für Institutionen der Erwachsenenbildung;
Vierteljährige Seminarleitung am Shanghai Industrial Management Training Center (SIMTC);
Mitglied des IHK-Prüfungsausschusses Fachkauffrau/-mann für Vorratswirtschaft

Praktika und berufliche Fortbildung

Firma Wiebold Confiserie, Halstenbek, Pralinenfertigung
Nestlé Gruppe Organisation, Verkauf, Marketing, Projektmanagement
Camille Bloch S. A., Courtelary, Schweiz, industrielle Schokoladenfertigung, Marketing
Migros, Bern, Schweiz, Handels- und Gastronomie-Marketing

Beratungsprofil Entwicklung von Aufbau- und Ablaufstrukturen in dezentralen Vertriebsstrukturen, Launch neuer Vertriebs-Regionen, Aufbau von Franchise- und Agentursystemen, Standort-Strategie, Expansions- und Relokations-Prozesse, Nachfolgeregelungen in Familien-Unternehmen, Multi-Channel-Strategien, intelligente, geocodierte Standort-Erfassung-Systeme, Standort-Entwicklungen für den Einzelhandel

Branchenerfahrung Familienunternehmen, diverse Branchen des Einzelhandels und der Gastronomie, Dienstleistungsunternehmen, Confiserie (Produktion und Einzelhandel), Telekommunikation