

Neuausrichtung und Organisation des Originalteilegeschäftes eines Automobilkonzerns für Deutschland und Europa.

Ausgangslage	Projektauftrag	Vorgehen	Ergebnisse
<ul style="list-style-type: none">▪ Der Wegfall der GVO wird zu gravierenden Veränderungen im Fahrzeughandel führen▪ Marktanteile im Teilegeschäft zunehmend unter Druck durch neue Wettbewerber und neue Vertriebsformen auf allen Vertriebsstufen▪ Wettbewerbsvorteil der freien Teilegroßhändler durch „All Makes“-Angebot▪ OEM-Hersteller planen „Strategie All Makes“ zur Erschließung neuer Umsatz-/Ergebnispotenziale	<ul style="list-style-type: none">▪ Analyse der Auswirkungen der neuen GVO auf das OT-Geschäft im Konzern bis 2015▪ Entwicklung unterschiedlicher Vertriebsstrategien und Reaktionsoptionen auf Marktveränderungen▪ Neuausrichtung des OT-Geschäfts („Marke vs. Konzern“)▪ In Anlehnung an die Lösung am deutschen Markt Erarbeitung europäischer Lösungen	<ul style="list-style-type: none">▪ Analyse der heutigen Organisation OT▪ Analyse der strategischen Einflussfaktoren auf das OT-Geschäft▪ Entwicklung möglicher Organisationsstrukturen▪ Diskussion mit allen Beteiligten▪ Planung der Fusion der regionalen Versorgungszentren▪ Begleitung der Fusion▪ Erarbeitung unterschiedlicher europäischer Lösungen, um die Vertriebsstufe NSC im Wettbewerb zu positionieren	<ul style="list-style-type: none">▪ Fusion aller Vertriebszentren im Rahmen der OT-LG▪ Ausgestaltung der neuen Funktionen der OT-LG▪ Zukunftsgerichtete Neuausrichtung des gesamten OT-Geschäfts▪ Entwicklung einer möglichen Gesellschafts- und Finanzstruktur, eines Organisationskonzeptes sowie eines Businessplans für jede europäische Vertriebslösung