

## Marktanalyse und -ausrichtung für einen Gerätehersteller

Profitable Umsatzsteigerung, positives Ergebnis und zukunftsfähige Positionierung eines Herstellers von Großküchentechnik

### Ausgangssituation

- | Unternehmen / Branche: Hersteller von Großküchentechnik
- | Rückläufige Umsätze, negatives Ergebnis
- | Personalkapazitäten und -kosten zu hoch
- | Stark schwankender Auftragseingang
- | Angestrebte Wettbewerbsposition unzureichend klar

### Zielsetzung

- | Profitable Umsatzsteigerung, positives Ergebnis
- | Zukunftsfähige Positionierung des Unternehmens

### Methodisches Vorgehen

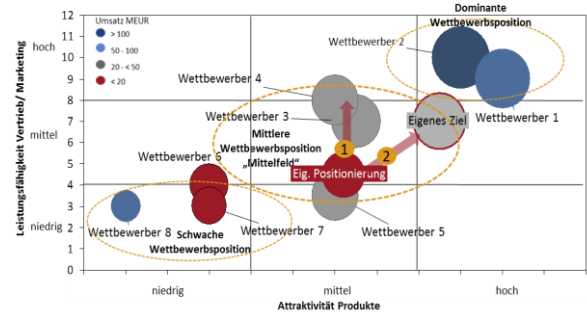
- | Bewertung des Produkt- und Leistungsportfolios sowie Einordnung der Marktposition
  - Externe Marktanalyse
  - Interne Analyse
- | Erstellen und Bewerten von Handlungsempfehlungen und konkreten Maßnahmen
  - Ableitung Umsatzpotenziale
  - Erstausrichtung Produktportfolio
  - Ansätze zur Markenpositionierung
  - Vertriebsausrichtung
  - Profitables Wachstum

### Ergebnisse

- ✓ Festlegung strategischer Marktsegmente und Ländermärkte
- ✓ Klar definierte, interdisziplinär abgestimmte Produktstrategie – ausgerichtet auf die Bedarfe in den strategischen Marktsegmenten und Ländermärkten
- ✓ Fokussierung auf potenzialträchtige Zielkundensegmente
- ✓ Eindeutige Positionierung und Differenzierung im Wettbewerbsumfeld
- ✓ Empfehlung für die Erweiterung des Produktportfolios
- ✓ Hochrechnung der Umsatzpotenziale
- ✓ Zielgerichtete, differenzierte Vertriebsplanung und wirkungsvolle Vertriebssteuerung
- ✓ Abteilungsübergreifende Ausrichtung und Steuerung wichtiger Prozesse zur Sicherstellung einer effektiven Durchführung von Entwicklungsprojekten sowie zur kontinuierlichen Realisierung der Produkt- und Vertriebsstrategie

### Strategische Optionen zur zukünftigen Marktpositionierung

Wettbewerbspositionierung im thermischen Küchenmarkt nach kaufentscheidenden Kriterien\*



### Kunden-Nutzen im Überblick

- | Klarheit hinsichtlich der aktuellen Einordnung in die Markt- bzw. Wettbewerbspositionierung
- | Definierter Pfad für eine zukunftsfähige Positionierung des Unternehmens
- | Fokussierung auf potenzialträchtige Zielmärkte
- | Umsetzungsbereite Maßnahmen zur profitablen Umsatzsteigerung
- | Ausgearbeitete Maßnahmen zur Steigerung der Effektivität und Effizienz des Vertriebes