

Entwicklung und Umsetzung einer Unternehmensstrategie für einen mittelständischen Markenartikelhersteller

Zielgruppe

Ein mittelständisches Tochterunternehmen mit einer Vielzahl von unterschiedlichen Produkten sollte neu im Markt aufgestellt werden.

Inhalt

Auf Basis einer bestehenden Marktanalyse erfolgte eine neue Segmentierung der relevanten Teilmärkte. Unter Einbeziehung der zu erwartenden Wettbewerbsdynamik wurden die strategischen Erfolgspositionen des Unternehmens unter ertragsrelevanten Gesichtspunkten herausgearbeitet und ein Maßnahmenpaket zur Strategieumsetzung entwickelt.

Umfang

Strategieentwicklung und die Einleitung der Maßnahmen erfolgte in einem Zeitraum von 3 Monaten. Der Realisierungsprozess wurde in einem Zeitraum von 9 Monaten begleitet.

Kundennutzen

Fokussierung aller Unternehmensbereiche auf die entwickelten strategischen Erfolgspositionen. Sortimentsbereinigung und Verkauf der Produktgruppen, die nicht in die verabschiedete Strategie passen. Nachhaltig positive Ertragsentwicklung.