



Projekt
Beispiel 1

STRATEGISCHE POSITIONIERUNG IN DER CHEMIEINDUSTRIE

ANLIEGEN

- Herausarbeiten der Erfolgsfaktoren der „letzten 20 Jahre“ und Überprüfung der Zukunftsfähigkeit
- Überprüfung des Differenzierungspotenzials im Markt
- Perspektivwechsel von Produkteigenschaften zu Produkt- und Kundennutzen
- Schärfung der strategischen Positionierung und der Markenpositionierung

AUSGANGSSITUATION

- Marktführendes Unternehmen in einer Nische
- Wachstumsstory, jedoch sich verschärfender Wettbewerb und veränderte Marktanforderungen
- Starker Innenperspektive auf erstklassige Produkte und deren Eigenschaften

VORGEHENSWEISE

- Globale Online-basierte Kundenbefragung und Bedarfsermittlung unter Einbeziehung von ca. 1.250 Kunden aus 52 Ländern und 10 Marktsegmenten
- Kundensegmentierung mit Outside-In-Perspektive validiert durch Kunden-Online-Befragung
- Ermittlung der organisationalen Kernkompetenzen
- Globale Markt- und Wettbewerbsanalyse für 27 Länder und 6 Marktsegmente
- Festlegung der Fokus-Branchen, der strategischen Stoßrichtungen der Länder sowie der Fokus-Kundensegmente zur Realisierung der Wachstumsziele
- Definition der Value Propositions für die Kundensegmente
- Identifikation und Beantwortung strategischer Richtungsfragen
- Erarbeitung einer Strategy-Map mit klarer Definition der Wachstums-Ziele, Marktpositionierung sowie der relevanten Umsetzungshebel



WIR STÄRKEN DIE SELBSTERNEUERUNGSKRAFT IHRER ORGANISATION.
STRATEGIE. ORGANISATION. PERSONAL.

ERGEBNISSE

- 4 Kundensegmente mit differenzierten Value Propositions (validiert durch Kundenbefragung) inkl. Mindesterwartungen und Wertschöpfungspotenziale pro Kundensegment
- Kenntnis über Attraktivität bestehender Marktsegmente und Wettbewerbsfähigkeit in den Marktsegmenten und daraus abgeleitet klare Priorisierung
- Geschärfte strategische Positionierung (Marktpositionierung und Markenpositionierung)
- Strategy Map mit klaren Zielen und Maßnahmen zur Umsetzung

UNTERNEHMEN

- Industrie: Chemieindustrie
- Unternehmenstyp: Aktiengesellschaft, historische Mittelstandsprägung
- Unternehmensgröße: ca. 450 Mitarbeiter
- Umsatz: ca. 180 Mio. €

PROJEKTDAUER: 12 MONATE