

1. Ausgangssituation

- Marktausschöpfung variiert sehr stark auf PoS- und Landesebene
- Vertragshändler nicht immer mit einer klaren Fokussierung auf den leichten Nutzfahrzeuggbereich
- Unterdurchschnittlicher Exklusivitätsanteil des Verkaufspersonals

2. Zielsetzung

- Nachhaltige Absatzsteigerung im Bereich der leichten Nutzfahrzeuge
- Qualitative Händlernetzentwicklung mit den Schwerpunkten Personal, Verkaufsprozess und Lead Management/CRM
- Erhöhung des Anteils an exklusivem Personal
- Verbesserung des Markenauftritts

3. Methodik

- Quantitative und qualitative Händlerbefragung
- Analyse von exklusiven Vertriebskonzepten im Nutzfahrzeuggbereich
- Identifikation von Best-in-Class
- Ableitung von Handlungsmaßnahmen
- Workshop

4. Ergebnis

- Weiterentwickelte Händlerstandards und Prozesse im Neu- und Gebrauchtfahrzeuggbereich
- Innovatives Qualifizierungskonzept
- Verankerung der Händlerqualität im Margensystem
- Roll-Out Konzeption und Pilotierung

