

1. Ausgangssituation

- Gebrauchtwagenprogramm eines Herstellers wurde nur uneinheitlich in Europa umgesetzt
- Gebrauchtfahrzeugbereich gewinnt in Zusammenhang mit dem Neufahrzeugvertrieb zunehmend an Bedeutung

2. Zielsetzung

- Absicherung der Volumenziele und Restwerte
- Professionalisierung des Gebrauchtfahrzeugvertriebs
- Einheitliche Umsetzung eines Gebrauchtfahrzeugkonzeptes in Europa

3. Methodik

- Quantitative und qualitative Marktabfrage
- Internationale Expertenworkshops
- Benchmark von Gebrauchtwagenkonzepten
- Business-Case

4. Ergebnis

- Erarbeitung einer GW-Strategie
- Erstellung eines Gebrauchtfahrzeugprogramms
- Pilotierung und Vorbereitung Roll-Out

