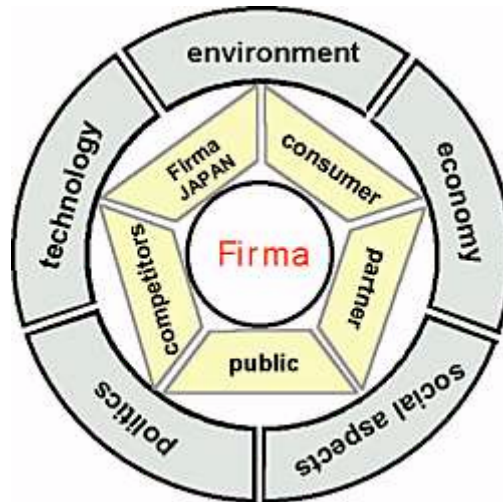


Anpassung der Organisationsstruktur an die Erfordernisse der europäischen Marketingstrategie



Kunde

Hersteller und Distributor -
Unterhaltungselektronik (UE) und Multimedia (MM)

Ausgangslage

- Als einer der 15 größten Weltkonzerne ist das japanische Unternehmen in den unterschiedlichsten Geschäftsfeldern vertreten. Das reicht von Klimatechnik über Haushaltsgeräte bis hin zu Solarsystemen und Halbleitertechnologien.
- Im deutschen Markt kennt man die Firma im Zusammenhang mit Unterhaltungselektronik und Multimediaprodukten.
- Eine globale Neustrukturierung führte dazu, daß die deutsche Konzerntochter mit der Aufgabe betraut wurde, für den gesamten europäischen Markt die Vertriebs- und Marketingsteuerung bezüglich UE und MM zu übernehmen.
- Im ersten Schritt wurde von der Firmenzentrale in Japan die Ausarbeitung einer Marketingstrategie und konkrete Vorschläge zur Umsetzung angefragt.

Zielsetzung

- Die allgemeinen Einflußgrößen des Wirtschaftsraumes Europa (technologischer Standard, politische Lage, soziale Aspekte etc.) sind beschrieben und bewertet.
- Das unmittelbare Umfeld des Unternehmens (Wettbewerb, Zielgruppe, Öffentlichkeit etc.) ist beschrieben und bewertet.
- Ein Ausblick auf kurz- und mittelfristige Entwicklungen bilden die Basis für marktorientierte Planungen.

Zielsetzung (weiter)

- Die strukturierte Beschreibung von Informationsflüssen erleichtert die Kommunikation innerhalb des Konzerns, mit den Distributoren, den Händlern und den Zielgruppen.
- Den Entscheidungsträgern liegt, jeweils für die Bereiche Unterhaltungselektronik und Multimedia, eine Empfehlung vor hinsichtlich Positionierung, Distribution, Anforderung an Produkte und möglicher Kommunikationsaktivitäten.

Aufgaben & Tätigkeiten

- Unterstützung des Marketingmanagements bei Fragen der Aufbauorganisation, Ablauforganisation und Kommunikation hinsichtlich der neuen Marketingstrategie für den europäischen Markt.
- Ausarbeitung einer Studie zur Anpassung interner Strukturen.
- Dokumentation der Gesamtergebnisse in Form von Präsentationsunterlagen in Deutsch und Englisch.
- Sammlung und Bewertung von primären und sekundären Daten hinsichtlich allgemeinem und unmittelbarem Umfeld.
- Erhebung relevanter Informationen bei der belgischen Unternehmenstochter, die bisher die europäischen Aktivitäten steuerte.
- Ausarbeitung von Vorschlägen und Diskussionsgrundlagen.
- Koordination von Strategieworkshops.

IT-Umfeld

- Softwaretools: MS-Office