

FRAGESTELLUNG

Über eine detaillierte Analyse des Fokuslandes Deutschland sollen Optimierungsansätze für die Digitalstrategie eines internationalen Großhandelsunternehmens identifiziert werden. Das Ziel: Stärken und Schwächen im Wettbewerbskontext erkennen und Einblicke in die Anforderungen von Geschäftskunden gewinnen.

HERAUSFORDERUNG

Angesichts der voranschreitenden Digitalisierung und der zunehmenden Veränderung von Kauf- und Verhaltensgewohnheiten in der Kundenzielgruppe, müssen Onlinevertriebsstrategien kontinuierlich optimiert und im Rahmen einer ganzheitlichen Cross-Channel-Strategie entwickelt werden.

HERANGEHENSWEISE

- Sekundäranalyse bestehender Studien und Marktdaten zur Identifikation von relevanten Strömungen im Kundenverhalten,
- Experteninterviews mit Mitarbeitern unterschiedlicher Abteilungen und Hierarchielevel, um den Status quo innerhalb des Unternehmens zu beleuchten,
- Wettbewerbsanalyse relevanter Marktbegleiter und branchenfremder Best Practices zur Bestimmung von Stärken und Schwächen im Wettbewerbsumfeld und zur Identifizierung von Optimierungspotenzialen.

ERGEBNIS

Aus den Ergebnissen der Sekundär- und Wettbewerbsanalyse sowie aus der Expertenbefragung wurden konkrete Handlungsempfehlungen zur Optimierung der Vertriebsstrategie abgeleitet.

Das Unternehmen konnte sich dank der Fokussierung ausgewählter Themen, wie beispielweise Pricing, Auffindbarkeit im Netz und digitale Vertriebsunterstützung, besser im Markt positionieren und erfolgreicher agieren.

