

## Unsere Erfahrung für Sie.

Segment	Ausgangslage und Ziel	Umsetzung
Geräte- und Komponentenhersteller	International tätiges Unternehmen will im Rahmen einer Neuausrichtung ein standortübergreifendes Kooperationsmodell, um klare Verantwortlichkeiten zu etablieren.	Strategiebasiertes Geschäftsprozessmodell mit definierten Verantwortlichkeiten, Verbindungsstellen und Leistungsmessgrößen. Globale Führungsstruktur mit Funktionsbeschreibungen.
Geräte- und Komponentenhersteller	Internationaler Komponentenhersteller ist konfrontiert mit hoher Komplexität und EBIT-Rückgang.	Präzisierung der Strategie mit Fokus auf Kundensegmentierung und Value Proposition. Erarbeitung Ablauf- & Aufbauorganisation mit klaren Verantwortlichkeiten und resultierendem Effizienzgewinn.
Geräte- und Komponentenhersteller	Internationaler Komponentenhersteller in der Baunebenbranche will Unternehmen zukunftsfähig aufstellen.	Erarbeiten der neuen Strategie und Implementierung in Prozessen, Strukturen und Organisation. Anpassung der Produktionslandschaft, des Produkteportfolios und der Prozesse.
Geräte- und Komponentenhersteller	Internationaler Hersteller von Elektronikkomponenten ist nicht mehr lieferfähig.	Analyse der bestehenden Prozesse. Herstellung von Datentransparenz, Steigerung der monatlichen Ausbringungsmenge um 42%. OEE Verbesserung von 55% auf 78%. Restrukturierung der Operations Organisation.
Medizintechnik	Ein internationaler Hersteller von Hörgeräten will mit einem innovativen Produkt seine führende Marktstellung weiter ausbauen.	Umfassende Marktanalyse. Abbildung des gesamten Patient Journey sowie Vorlagerung des B2B-Sales Funnel zum Audiologen. Entwicklung und Umsetzung der Markteinführungsstrategie inklusive B2B Kommunikations-Mix.
Geräte- und Komponentenhersteller	Ein internationaler Hersteller industrieller Hochleistungskameras will Transparenz hinsichtlich seiner Marktleistung schaffen, um den Markt gezielter bearbeiten zu können.	Geschäftsmodellanalyse, Portfolio-Analyse, Profitabilitätsanalyse und Marktumfeld-Analyse mit Ableitung der Erfolgsfaktoren als Basis für die anschließende Neupositionierung und Erarbeitung der neuen Produkt-/Marktstrategie.