

# NEUE STRATEGIE EINES DEUTSCHEN SPORTWAGENHERSTELLERS

Der Gebrauchtwagenmarkt ist für die Sicherung der Markenstrategie für OEMs von großer Bedeutung. Wie lässt sich diese Zielsetzung mit der kurzfristigen Verkaufsorientierung der chinesischen Vertriebsleiter in Einklang bringen?



## DIE HERAUSFORDERUNG DES KUNDEN

- ▶ Ein deutscher Sport- und Luxuswagenhersteller möchte die Ausrichtung seines lokalen Portfolios anpassen. Eine Fokussierung auf den Gebrauchtwagenmarkt in China ist nötig um langfristig die Wettbewerbsfähigkeit zu sichern.
- ▶ Das Unternehmen möchte die wichtigsten Trends für die relevanten Stakeholder (Investoren, Händler, Top Manager) im Rahmen eines Strategy Summit erlebbar machen.
- ▶ Für den Endverbraucher stellt der Kauf von Gebrauchtwagen ein Risiko dar („Gesichtsverlust“). Jedoch sind die Konsequenzen einer Nichtbeachtung des Gebrauchtwagengeschäfts für den OEM in China:
  - Verlust von potenziellen Kunden an Drittanbieter.
  - Gefahr eines Imageschadens, da die Produktqualität von Drittanbietern nicht kontrolliert werden kann.
  - Beeinträchtigung des profitablen Ersatzteilegeschäfts.



## UNSERE LÖSUNG

- ▶ Realistische Darstellung des chinesischen Gebrauchtwagenmarkts.
- ▶ Integration von Realdaten zur Entwicklung einer individuell angepassten TOPSIM – Automotive Strategy Simulation.
- ▶ Durchführung der Simulation im Rahmen eines umfangreichen Trainings für Manager, Händler und Investoren.
- ▶ Einsatz von Wargaming Elementen innerhalb der Simulation ermöglichen es neue Strategien auf ihre Resilienz zu testen.
- ▶ Austausch zwischen den Managern über die Vernachlässigung des Gebrauchtwagengeschäfts und dessen Auswirkungen auf das Geschäftsmodell.



## DER MEHRWERT FÜR DEN KUNDEN

- ▶ Die Stakeholder erarbeiteten gemeinsam eine umfassende Strategie für die Zukunft des OEM Geschäfts im chinesischen Markt.
- ▶ Unterstützung strategischer Prozesse von Autohändlern, um die Bedeutung und Wichtigkeit des Gebrauchtwagenmarktes zu verstehen:
  - Teammitglieder erlernen die Dynamik unterschiedlicher, disruptiver Strategien.
  - Die dominante Wachstumsstrategie wird ersichtlich und von den Teilnehmern selbst erlebt.



## DAS FORMAT

- ▶ Eigenentwicklung einer TOPSIM – Automotive Strategy Simulation
- ▶ Computerbasierte Wargaming und Management Simulation, die es ermöglicht, individuelle Strategien der Teilnehmer auf dem chinesischen Automobilmarkt zu bewerten.
- ▶ Das Seminar wird simultan auf Englisch und Mandarin gehalten.



## IMPACT

- ▶ *Über 90 % der Teilnehmer konnten durch die Business Simulation für die Ziele des Strategy Summit aktiviert werden.*
- ▶ *Intensive Vernetzung zwischen den lokalen Managern, um einheitliche Standards einzuführen.*
- ▶ *Gründung eines internen Expertenteams zur Umsetzung der entwickelten Strategien.*