

Entwicklung einer Europastrategie zur Optimierung der Produktvermarktung pro Land

| Umfang | Vorgehen | Ergebnisse |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">■ Zwei Hauptmärkte eines Impfstoffherstellers mit unterschiedlichen Marktstrukturen■ 5-Jahres Szenario für Marktentwicklung und Gesundheitspolitik■ Aufbau einer vom Kunden weiter zu pflegenden Datenbasis■ 1 Projektleiter, 1 Assistent plus 1-2 lokale Consultants | <ul style="list-style-type: none">■ Analyse der Marktattraktivität und Wettbewerbsposition in 20 Teilsegmenten■ Analyse und Vergleich der Lizenzpartner und Distributionsstrukturen■ Bewertung der Kernkompetenzen und Ableitung von Verbesserungsmaßnahmen■ Erhebung der Kosten auf vergleichbarer Basis und Zuordnung zu Produktsegmenten■ Beschreibung der Marktentwicklung und Treiber für Veränderungen | <ul style="list-style-type: none">■ Aktionsplan für die Bewältigung der Umweltveränderungen■ Verbesserte Kostenallokation auf die Teilsegmente■ Empfehlungen zur Kostensenkung und Ertragssteigerung |