

### Entwicklung einer Europastrategie zur Optimierung der Produktvermarktung pro Land

Umfang	Vorgehen	Ergebnisse
<ul style="list-style-type: none"><li>■ 9 europäische Länder mit unterschiedlichen Marktregulationen</li><li>■ Gewachsene lokale Vermarktungsansätze und Produktportfolien</li><li>■ 2 Monate Datensammlung und Vergleich, 1 Monat zur Erarbeitung von Strategieoptionen, 3 Monate zur Festlegung des Veränderungsplans und Implementationsbegleitung</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Entwicklung von standardisierten Erhebungsbögen</li><li>■ Vergleich der länderspezifischen Markt- und Unternehmensdaten und Austausch von Best-Practice Beispielen</li><li>■ Ausarbeitung von strategischen Optionen, die in Linie mit den europäischen Zielen</li><li>■ Moderation der länderübergreifenden Entscheidungsprozesse</li><li>■ Detaillierung der ausgewählten Optionen sowie Planung und Steuerung der Implementierung</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Ausrichtung der Länderstrategien an der Europastrategie</li><li>■ Austausch und Lernen von Best-Practice Fallstudien</li><li>■ Fokus der Firma auf die profitablen Märkte</li><li>■ Leistungssteigerung in den lokalen Marketing- und Vertriebsorganisationen</li></ul>