

Ziel / Aufgabe



- Aufbau der Abteilung Produktmanagement als signifikante Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit im Mitsubishi Autohandel
- Entwicklung eines neuen Händlerprovisions- und Bonussystems für eine stärkere Bindung zwischen Bank und Autohaus

Branche



- Retailbank
- Automobilhandel
- Captive

Projekthalte



- Entwicklung eines neuen Händlerprovisions- und Bonussystems
- Ablösung des alten Bonussystems
- IT-technische Umsetzung der neuen Systematik
- Konzeption, Umsetzung und Begleitung einer neuen Abteilung Produktmanagement
- Entwicklung eines Reportingsystems als Steuerungs-instrument für das Produktmanagement
- Interimsmanagement für die Abtlg. Produktmanagement
- Einführungs-Konzeption einer Revolving-Kreditkarte als Add-on für Fahrzeugkäufer und einer definierten Linie

Ergebnis / Nutzen



- Neues und händlerseitig akzeptiertes Anreizsystem für eine erfolgreiche Finanzierungs- und Servicevermittlung
- Erfolgreich konzeptioniertes und eingeführtes Produktmanagement für eine effektive Marktbearbeitung
- Erhöhung der Service-Penetrationsrate durch gezielte Bonifizierung
- Motivierte Händler durch ein zeitgemäßes Anreizsystem