

Ziel / Aufgabe



- Zur Stärkung der strategischen Wettbewerbspositionierung der Sparkassen Finanzgruppe entwickelte ManagementTeam für einen Verbundpartner der Sparkassenorganisation den (Sparkassen-)Auto-Kredit für die Vertriebskanäle Automobilhandel und Sparkassen.
- Zielsetzung war die Erweiterung der Kundenbasis und der Marktanteile im Auto- und Ratenkreditgeschäft.
- Der Schwerpunkt lag in der "3-Wege-Finanzierung" von Neu- und Gebrauchtwagen für Privatkunden inkl. einer flexiblen Rückgabeoption für das finanzierte Fahrzeug.
- Bundesweite Markteinführung

Branche



- Retailbank
- Automobilhandel
- Sparkassen
- Restschuldversicherung



Projekthalte



- Projektmanagement
- Wettbewerbsanalyse / Benchmarking
- Business-Planung
- Produktentwicklung / Pricing
- Modellierung und Einführung aller Geschäftsprozesse
- Vertriebs- / Marketingstrategie
- Auswahl Outsourcing-Partner
- Vertragsgestaltung und Service Level Agreements
- IT-Konzeption Front-End
- Systemintegration in das Back-End-System der Bank
- Markteinführung

Ergebnis / Nutzen



- Rückgewinnung von verlorenen Marktanteilen für die Sparkassenorganisation im Segment Privatkundenkredit
- Erweiterung der Produktpalette für Automobilhändler als Vertriebspartner der Bank
- Signifikante Umsatzerzielung bereits im ersten Jahr
- Break Even bereits im dritten Jahr nach Markteinführung