

Результаты совместного исследования IBM и Roland Berger Strategy Consultants свидетельствуют, что последней золотой жилой для автомобильной промышленности на рынках Западной Европы являются сети продаж и дистрибуции

Реструктуризация дилерских сетей может обеспечить рост доходности, измеряемый двузначными числами

Мюнхен, Германия, 12 июня 2007 г. – Совместное исследование корпорации IBM Global Business Services и компании Roland Berger Strategy Consultants выявило, что автопроизводители, которые реструктуризируют свои дистрибьюторские сети, смогут повысить продажи на 11% и сократить издержки на 12%. В ходе исследования, названного «Automotive Sales Champions», были опрошены автопроизводители и дилеры, занимающие более 80% автомобильного рынка Западной Европы, а также аналитики и поставщики финансовых услуг.

По результатам исследования, единственный неисчерпанный потенциал повышения доходов автопрома заключается в совершенствовании продаж и дистрибьюторской сети. Сегодня около 25-30% от розничной цены автомобиля составляют затраты на продажи, маркетинг и дистрибуцию, что связано с дублированием операций и сложностью сетей. За счет лучшей организации систем продаж и дистрибуции (включая дилерские сети) и большей прозрачности затрат, автопром получит возможность достичь двузначного роста доходов и сокращения издержек.

«Автопроизводители в Европе практически полностью исчерпали потенциал повышения эффективности в таких областях, как разработка, производство и кооперация, – говорит Ральф Ландманн (Ralf Landmann), партнер, один из руководителей экспертного центра Roland Berger Strategy Consultants по автомобильной промышленности. – В дальнейшем предприятия автопрома сконцентрируются на совершенствовании продаж и сетей дистрибуции, поскольку там заложен наибольший потенциал».

Сегодня реализации потенциала продаж препятствуют:

- недостаточная интеграция процессов и слишком узкий сравнительный анализ затрат (benchmarking);

- непоследовательность в проведении и отслеживании эффективности инициатив по повышению продаж;
- выраженная обособленность подразделений;
- недостаточные управленческие навыки у дилеров;
- недостаточное взаимодействие по всей цепочке продаж.

Более 80% респондентов также выразили сожаление, что недостаточно внимания уделяется принципам управления изменениями, например обмену информацией. Кроме того, 70% из них заявили, что им не удастся должным образом поддерживать успех продаж, а 57% полагают, что им не хватает систематических данных об отрасли.

«На основе опроса и результатов нашего исследования мы разработали набор конкретных рекомендаций для автомобильной отрасли, которые помогут автопроизводителям увеличить прибыль и продажи, – говорит Клаудиа Шмитт-Люманн (Claudia Schmitt-Lühmann), ассоциированный партнер IBM Global Business Services. – Наши применимые на практике рекомендации концентрируются на качественных аспектах работы дилерской сети, и в особенности на развитии сотрудничества, повышении квалификации дилеров, устранении обособленности подразделений, а также на управлении взаимоотношениями с клиентами (CRM) между дилерами и потребителями. Мы также указали на необходимость наличия долгосрочной стратегии продаж. Многие дилеры говорили нам, что они часто страдают от краткосрочных и постоянно меняющихся стратегий».

За дополнительной информацией вы можете обратиться к

Яне Малышевой
Roland Berger Strategy Consultants
Phone: +7 495 721 1951
Fax: +7 495 721 1954
e-mail: Yana_Malysheva@ru.rolandberger.com
www.rolandberger.ru

Carla Egleder
IBM Deutschland GmbH
Phone: +49 (0) 711/785-5499
Fax: +49 (0) 711/785-1416
Mobile: +49 (0)172 714 4901
e-mail: egleder@de.ibm.com
www.ibm.com/de/pressroom