

Definir metas



Definición de una estrategia para un proveedor del sector automoción

Situación del Cliente

Nuestro cliente era uno de los principales proveedores de automoción en su campo y había crecido de forma espectacular en los últimos años, siendo uno de los principales productores europeos de estampación de piezas para los TIER1 y OEM's..

La empresa creció gracias a su excelencia operativa y de proceso, pero comenzó a recibir un número creciente de peticiones de reducciones de costes más activa por parte de sus clientes, en el desarrollo de nuevos productos.

Responder a esta situación requirió cambios significativos, pero seguir una estrategia más orientada al producto habría sido un riesgo claro para el crecimiento futuro.

Enfoque

El equipo del proyecto analizó en detalle el mercado, teniendo en cuenta la posición de los competidores y sus estrategias. Se llevó a cabo un análisis del sistema de las partes producidas por nuestro cliente, así como un estudio de la imagen proyectada a los clientes

Se analizaron las competencias básicas actuales, así como las carencias a solventar para proporcionar el nivel de costes, de servicio y calidad exigidos por el cliente. El estudio concluyó con un plan de reducción de costes y de negocio realista, incluyendo las inversiones destinadas a adquirir o desarrollar las habilidades necesarias para realizar el cambio.

Recomendaciones

Se identificaron los sistemas en los que nuestro cliente tenía que concentrar sus esfuerzos y se definió una hoja de ruta para alcanzar este objetivo. Mejora de procesos y Joint Ventures en un País de bajo coste , fueron nuestra principal recomendación, apoyada en un plan de control de costes fijos y un plan de inversión y plan de negocio detallado.

Resultados

El cliente siguió nuestras recomendaciones y estableció un nuevo centro cerca de uno de sus clientes estratégicos, lo que contribuyó decisivamente a proporcionarle un pedido importante tras esta estrategia.