

## 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.