

24.09.2008 - 10:00 Uhr

Oliver Wyman-Studie "Truck Customer 2008" / LKW-Kunden haben vor allem Kosten im Blick

München (ots) -

- Nachlassende Konjunktur erfordert stärkere Kundenorientierung
 - Wirtschaftlichkeit steht für LKW-Kunden an erster Stelle
 - Fahrzeug- und Serviceangebote sind nach Kundenbedarf zu differenzieren
 - Europäische LKW-Marken müssen mehr für den Service in Schwellenländern tun
 - Low-Cost-Trucks sind in Europa noch wenig gefragt

Mit dem Ende der LKW-Hochkonjunktur müssen die LKW-Hersteller stärker auf kostenoptimierte und am spezifischen Kundenbedarf orientierte Angebote setzen. Die Oliver Wyman-Studie "Truck Customer 2008" zeigt, wo die Kunden Handlungsbedarf sehen. Auch wenn die LKW-Hersteller die Bedürfnisse ihrer Kunden über alle Marken hinweg gut erfüllen, reicht dies nicht aus, um sich vom Wettbewerb abzusetzen. Um die Kundenzufriedenheit zu maximieren, mangelt es den Herstellern insbesondere an einem differenzierten Verständnis der Kundenwünsche. Künftig müssen sich die LKW-Hersteller ihren Kunden detailliert nach Segment und Region anpassen. In den reifen europäischen Märkten gilt es jetzt, die Schnittstelle zwischen Kunden und Herstellern zu optimieren und Mehrumsatz durch intelligente Dienstleistungen zu generieren. In den Schwellenländern müssen die Servicestrukturen verbessert werden, um das Markenversprechen erfüllen und mit den lokalen Herstellern mithalten zu können.

Den vollständigen Text finden Sie hier zum Download:

<http://www.oliverwyman.com/de/6293.htm>

Pressekontakt:

Pressekontakt:

Pierre Deraëd
Leiter Corporate Communications
Oliver Wyman
Marstallstraße 11
80539 München
Tel.: 089.939 49 599
Fax: 089.939 49 515
pierre.deraed@oliverwyman.com
www.oliverwyman.com/de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100012607/100570208> abgerufen werden.