

Distribution de pièces automobiles : élaboration de la stratégie

Contexte et objectifs

- ▶ La filiale de distribution de pièces d'un groupe indépendant de réparation automobile réalise un CA de 70 millions d'euros, avec une part de marché de 20%.
- ▶ Dans un contexte de pression sur les prix et de renforcement de la concurrence, la direction générale du groupe cherche à défendre la position de sa filiale sur son marché et à augmenter sa contribution à la rentabilité globale de l'entreprise.
- ▶ Le groupe a fait appel à des consultants pour accompagner le directeur de la filiale de distribution dans la définition d'une nouvelle stratégie parmi différentes possibilités pressenties.

Résultats

- ▶ Formalisation et partage du contexte stratégique de la filiale au sein du groupe → revalorisation de l'activité de distribution.
- ▶ Choix éclairé du repositionnement stratégique permettant de renforcer la filiale sur ses marchés existants.
- ▶ Implication forte du Directeur de la filiale dans la réflexion.

Démarche suivie

- Le projet dans la filiale s'est décomposé en 4 étapes échelonnées sur 3 mois :
- ▶ Synthèse des éléments clés de compréhension du marché (situation actuelle et prospective) :
 - ▶ Caractérisation des différents segments de clients et identification des attentes de chacun d'entre eux en lien avec celles du client final,
 - ▶ Connaissance des concurrents et de leurs différenciation,
 - ▶ Tendances structurantes du marché
 - ▶ Hiérarchisation des facteurs clés de succès dans le métier de la distribution
 - ▶ Synthèse de la position de la filiale sur son marché : forces et faiblesses de en termes de maîtrise des coûts, de valeur de l'offre produits & services et de performance commerciale.
 - ▶ Élaboration, évaluation et chiffrage de 2 scénarios stratégiques.
 - ▶ Identification des impacts du déploiement de chaque scénario sur l'organisation groupe.

Valeur ajoutée des consultants

- ▶ Formalisation et partage du contexte stratégique de la filiale au sein du groupe → revalorisation de l'activité de distribution.
- ▶ Choix éclairé du repositionnement stratégique permettant de renforcer la filiale sur ses marchés existants.
- ▶ Implication forte du Directeur de la filiale dans la réflexion.