



BRANCHE **BAUSTOFFE**
THEMA **PRICING**
METHODE **J&M PRICING ANSATZ**

KLARES EUROPaweITES PRICING-KONZEPT ZAHLT SICH FÜR BAUSTOFFPRODUZENTEN AUS



„Ich bin zuversichtlich, dass unser Unternehmen nicht nur in Bezug auf eine Verbesserung unseres Gewinns, sondern auch langfristig von dem Projektansatz und den Projektergebnissen profitiert. Durch Prozessoptimierung mit neuen Methoden im wertbasierten Verkauf und durch die Einführung von innovativen Marketingzielen werden wir weiter wachsen, uns gezielter spezialisieren und unsere Marktführerschaft in Polen festigen.“

**Benedykt Kordula, Finance Director,
Saint-Gobain Construction Products Poland,
FD Isover**

Dank eines neuen Pricing-Konzepts, das speziell auf die Bedürfnisse des Baustoffproduzenten Saint-Gobain Isover zugeschnitten wurde, ist das Unternehmen jetzt in der Lage, noch effizienter auf Preisschwankungen und Verkaufschancen zu reagieren – und das in der volatilen, landesspezifischen sowie stark Konjunktur- und kostenabhängigen Baubranche.

Um in der Baustoffindustrie weiterhin so erfolgreich zu sein und im zunehmenden Kosten- und Preiswettbewerb noch besser bestehen zu können, hat sich Saint-Gobain Isover entschieden, proaktiv zu handeln. Statt auf die „klassischen“ Instrumente und Konzepte zu setzen, entwickelte Saint-Gobain Isover ein eigenes Pricing-Konzept und passte dieses an seine eigene Marktposition und an lokale Besonderheiten an. Darunter fallen etwa die technischen und rechtlichen Rahmenbedingungen in Ländern wie Dänemark, Finnland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Polen, Russland, Spanien, Schweden und der Türkei.

Individuelles Konzept für die Baustoffbranche

Der Lösungsansatz von Saint-Gobain Isover beruht auf dem systematischen und pragmatischen J&M Pricing-Modell mit 48 Hebeln. J&M empfiehlt diesen aus drei Phasen bestehenden Ansatz:

- Analyse & Benchmarking
- Konzeption
- Implementierung

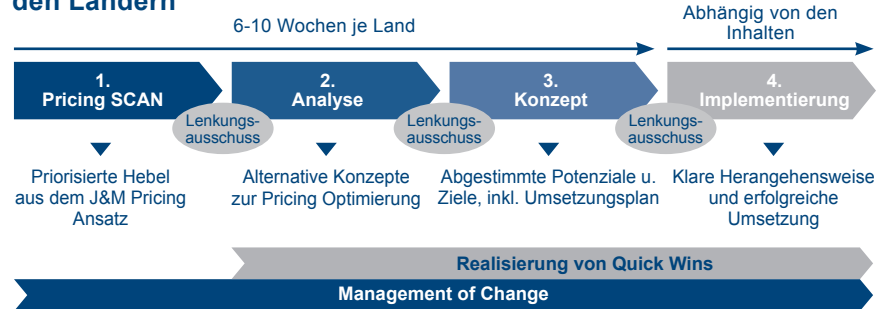
Das Team führte Interviews mit Saint-Gobain Isover Mitarbeitern und analysierte für jedes Land Aufträge, Kunden, Produkte, Artikel, Bestellgröße und weitere Kriterien. Nach dieser einwöchigen Analysephase wurden etwa zehn Hebel pro Land ausgewählt, die als Basis für ein neues, maßgeschneidertes Pricing-Konzept für das jeweilige Land dienen. Ausgangspunkt hierfür war ein gemeinsam mit dem Headquarter entwickeltes Handbuch. Die daraus abzuleitenden Maßnahmen wurden dann lokal auf die spezifischen Anforderungen der einzelnen Länder heruntergebrochen und dort umgesetzt. Während dieses Prozesses floss auch eine Sammlung von Best Practice Beispielen in das Konzept mit ein.



Über Saint-Gobain Isover

- Weltweit führend in Dämmstoff-Lösungen
- 9.500 Mitarbeiter in 40 Ländern
- 50 konsolidierte Unternehmen & 12 Lizenznehmer
- Mit Isover eine starke internationale Marke sowie weitere regional führende Marken
- 84 Produktionsstandorte in 32 Ländern

Implementierung eines systematischen Preismanagements in den Ländern



Beste Voraussetzung für internationale Projekte

„Bei solch internationalen Projekten kommt es immer darauf an, die Sprache der beteiligten Länder zu sprechen und auf die speziellen Kulturunterschiede einzugehen. Wenn man – wie wir bei J&M – im Management of Change und den lokalen Besonderheiten erfahrene Berater hat, kann man Projekte viel schneller umsetzen. Zudem sind die lokalen Organisationen offener für den Austausch mit anderen Ländern und Best Practices anderer Unternehmen werden schneller angenommen“, beschreibt Dr. Nikolas Beutin, Partner bei J&M, das Erfolgsrezept des Saint-Gobain-Isover-Projektes. „Hinzukam, dass wir unser langjähriges Branchen-Know-how in der Baustoffindustrie hervorragend einbringen konnten.“ Die beteiligten Mitarbeiter äußerten sich sehr positiv über die Ergebnisse und die Zusammenarbeit mit der Managementberatung: „Ich persönlich und das gesamte Team waren sehr zufrieden mit den Ergebnissen des Projekts

und der Arbeitsweise des Teams. Die kurz- und mittelfristigen Ergebnisse (6-18 Monate) sind bereits beachtlich und darüber hinaus bildet die Implementierung der Arbeitspakete die Basis und den Impuls für einen sehr viel professionelleren und kundenorientierteren, wertsteigernden Ansatz“, sagte Eamon McDonnell, Managing Director, Saint-Gobain Isover UK.

Thierry Fournier, Managing Director Saint-Gobain Construction Products Russia, ergänzte: „Isover Russland ist vollkommen zufrieden mit der Arbeit von J&M, der hohen Verfügbarkeit der Team-Mitglieder und der Akzeptanz des allgemeinen Zeitplans. Wir schätzen zudem die Offenheit, Reaktionsfähigkeit und Professionalität der Team-Mitglieder sehr. Die Qualität der Ratschläge und die methodische Unterstützung des Projektteams haben wesentlich zur Vollendung des Projekts beigetragen.“

J&M CREATED VALUE

- Neues, auf das Geschäft des Baustoffproduzenten zugeschnittenes Konzept
- Ergebnisverbesserung
- Einheitliche paneuropäische Herangehensweise
- Verbesserte Effizienz