

Nowa struktura organizacyjna w Continental. Co to oznacza dla partnerów?

data aktualizacji: 2021.01.13



Od 1 stycznia 2021 roku zmieniła się struktura organizacyjna w Continental Opony Polska - sprzedaż opon do pojazdów osobowych, dostawczych i ciężarowych została zintegrowana w trzech nowych obszarach obejmujących: dystrybucję, sprzedaż detaliczną i sprzedaż flotową

- Od 1 stycznia 2021 roku zmieniła się struktura organizacyjna w COP - nowe rozwiązania są zorientowane na modele biznesowe klientów
- Sprzedaż opon do pojazdów osobowych, dostawczych i ciężarowych została zintegrowana w trzech nowych obszarach obejmujących: dystrybucję, sprzedaż detaliczną i sprzedaż flotową.
- Nowe podejście, oparte na modelach biznesowych klientów zamiast na produktach, dotyczy nie tylko sprzedaży, lecz wszystkich obszarów działalności COP

Zmiana podyktowana jest transformacją Continental w zakresie produkcji i sprzedaży opon w całym regionie EMEA - z dostawcy produktów w dostawcę innowacyjnych rozwiązań wspierających biznes klientów i odpowiadających na wyzwania przyszłości

W 2021 roku Continental, firma technologiczna i producent opon premium obchodzi jubileusz 150 lat działalności - to historia innowacji i postępu, ciągłej zmiany i rozwoju. Sukces ten nie byłby możliwy bez umiejętności wsłuchiwania się w stale zmieniające się potrzeby klientów i dostarczania im rozwiązań najwyższej jakości. Dlatego, odpowiadając na obecne trendy zarówno globalne, jak i lokalne, koncern zdecydował o zmianie struktury organizacyjnej i postanowił skoncentrować swoją uwagę przede wszystkim na modelach biznesowych swoich klientów, a nie na produktach. Decyzja ta jest odpowiedzią na nasilające się - także w Polsce - tendencje rynkowe, obejmujące m.in. zmiany w strukturze właścicielskiej pojazdów, dynamiczny rozwój usług leasingowych, flotowych, rent-a-car, a

także rosnącą sprzedaż online, trendy ekologiczne i coraz większe zapotrzebowanie na transport.

„Uważamy, że kluczem do sukcesu jest jak najlepsze zrozumienie modeli biznesowych naszych klientów i aktywne wspieranie ich w stawianiu czoła wyzwaniom oraz dostosowywaniu się do trendów rynkowych. Dlatego zmieniamy także naszą polską organizację” – mówi Dariusz Wójcik, Dyrektor Generalny Continental Opony Polska, który od 1 stycznia, w nowej strukturze objął także stanowisko Dyrektora Sprzedaży. „Począwszy od nowego roku sprzedaż opon do pojazdów osobowych, dostawczych i ciężarowych została zintegrowana, a zarządzanie nią odbywa się w trzech kluczowych obszarach: dystrybucji, klientów detalicznych i klientów flotowych. W tym celu stworzyliśmy trzy wyspecjalizowane zespoły, które skoncentrują się na tworzeniu rozwiązań przeznaczonych dla naszych partnerów działających w ramach tych właśnie modeli biznesowych. Jesteśmy przekonani, że w każdym z nich nasi klienci potrzebują odpowiedniego wsparcia, zgodnego ze specyfiką biznesu” – podkreśla Dariusz Wójcik.

Zgodnie z nową strukturą, od 1 stycznia 2021 roku zarządzanie sprzedażą w Continental Opony Polska odbywa się poprzez trzy nowe działy: Dział Klientów Strategicznych, zajmujący się szeroko pojętą dystrybucją, którego dyrektorem jest Andrzej Mazur; Dział Sprzedaży Detalicznej, którego dyrektorem został Cyprian Osowski, oraz Dział Sprzedaży Flotowej, którym zarządza Krzysztof Otrząsek.

Trzy obszary sprzedaży: dystrybucja, detal, floty

Dział Klientów Strategicznych skoncentruje się na wsparciu partnerów zajmujących się dystrybucją opon Continental, w zakresie sprzedaży zarówno tradycyjnej, jak i online.

Rynek dystrybucji opon nieustannie się zmienia. Kiedyś zakup ogumienia był złożonym procesem, który wymagał od użytkownika wielu działań i czasu: pozyskania wiedzy, znalezienia oferty, sfinalizowania zamówienia. Dzisiaj można to robić z poziomu telefonu, nie ruszając się z domu. Nowe okoliczności i narzędzia w naturalny sposób wymusiły zmiany w dotarciu do klienta przez wszystkich uczestników dystrybucji” – wyjaśnia Andrzej Mazur, Dyrektor Działu Klientów Strategicznych. „Zmieniła się także rola producenta, który z pozycji dostawcy staje się coraz bardziej doradcą swoich partnerów biznesowych, wspierając ich w zakresie sprzedaży, działań marketingowych czy łańcucha dostaw. Będziemy to robić poprzez intensywne szkolenia produktowe, kontakt z zespołami handlowymi, aktywną promocję w serwisach oponiarskich i szybkie przekazywanie niezbędnych informacji”.

Dział Sprzedaży Detalicznej zajmie się wsparciem klientów detalicznych. Sektor ten zmienia się w Polsce bardzo dynamicznie, wraz z nawykami zakupowymi użytkowników. Liczą się przejrzyste ceny, szybkość realizacji i wysoka jakość obsługi. Do tego dochodzą trendy w zakresie sposobu użytkowania pojazdów oraz rosnącą sprzedaż opon all-season.

To tylko niektóre ze zjawisk, z którymi muszą się zmierzyć nasi klienci, np. serwisy oponiarskie” – mówi Cyprian Osowski, Dyrektor Działu Sprzedaży Detalicznej. „Wygrają ci, którzy zapewnią najwyższą jakość usług, a my w Continental jakoś mamy wpisaną w DNA, co udowadniamy codziennie od 150 lat. Dlatego będziemy wspierać naszych klientów – to oni są naszą wizytówką i reprezentantami marki Continental w oczach

końcowego użytkownika. Chcemy współpracować z najlepszymi serwisami w kraju, chcemy dawać wsparcie i narzędzia do pracy, a także dzielić się wiedzą, by wspólnie jak najlepiej odpowiadać na potrzeby nowoczesnych klientów. Trendy rynkowe wymuszają również na nas zmianę modelu biznesowego. Dziś odchodzimy od sprzedaży transakcyjnej, która kończy się na sprzedaży produktu. Będziemy się koncentrować na sprzedaży mobilności”.

Sprzedażą dla flot zarządzać będzie Dział Sprzedaży Flotowej. Integracja produktów dla samochodów osobowych, dostawczych i ciężarowych sprawi, że klienci będą mieli do dyspozycji o wiele szerszą gamę usług i produktów, dopasowanych do swoich potrzeb.

Mój dział będzie korzystał z pełnego spektrum rozwiązań oferowanych przez Continental dla całego cyklu życia opon: zaczynając od pierwszego wyposażenia w fabryce, przez niezawodną sieć warsztatów partnerskich, a kończąc na zapewnieniu oponom drugiego życia” – mówi jego nowy szef, Krzysztof Otrząsek. „Biznes flotowy jest dla nas strategicznym obszarem rozwoju, ponieważ rosnąca ciągle presja kosztowa wymaga ciągłej zmiany i innowacji, aby odnosić sukcesy. Oferując kompleksową obsługę w zakresie opon i usług, opartą na wiedzy i analizie danych, budujemy wspólnie z naszymi klientami większą wartość ich firm, a także zwiększamy ich konkurencyjność na tym trudnym rynku. Uważamy, że tworzenie rozwiązań skrojonych na miarę zaczyna się od wsłuchania w potrzeby klientów. Nie mogą powstawać w próżni. Dlatego praktycznie we wszystkie projekty rozwojowe zaangażowani są nasi klienci, a wiele z nich zostało zainicjowanych i wdrożonych po to, aby spełnić ich konkretne wymagania”.

Nowa struktura Continental Opony Polska nie ogranicza się do samej sprzedaży, znajdzie odzwierciedlenie w całej firmie, we wszystkich obszarach jej działalności. „Nasza transformacja ma znacznie szerszy zasięg i dotyczy całej naszej organizacji, ma wpływ na budowanie rozwiązań i nowych procesów we wszystkich działach Continental Opony Polska” – podkreśla Dariusz Wójcik, Dyrektor Generalny i nowy Dyrektor Sprzedaży COP. „Jesteśmy przekonani, że dzięki temu będziemy dla naszych klientów jeszcze większym wsparciem jako partner strategiczny, co przełoży się na nasz wspólny sukces”.

Zgodnie ze strategią „Wizja 2030”

Zmiana struktury organizacyjnej Continental w całym obszarze EMEA jest zgodna z ogłoszoną niedawno strategią koncernu „Wizja 2030”, której celem jest systematyczny rozwój rozwiązań zorientowanych na klienta we wszystkich aspektach działalności biznesowej, a także dalszy wzrost rentowności Działu Opon. W ramach tej strategii producent ogumienia premium chce także intensywnie wdrażać inteligentne rozwiązania cyfrowe w zakresie opon oraz być liderem zrównoważonego rozwoju wśród najlepszych firm w swojej branży.

Źródło: