

# Kerensen Consulting™

## Automotive / Industrie Automobile



Kerensen Consulting™ est une société de conseil

- à taille humaine,
  - indépendante
  - pragmatique et opérationnel,
  - capable de prendre en charge des projets à fort niveau d'expertise,
  - dans un contexte local ou avec une dimension internationale.
- Son indépendance, son agilité et son expertise, font de Kerensen Consulting™ un levier au service de votre performance.

Kerensen Consulting™ est spécialisé

- dans le conseil à valeur ajoutée
- la maximisation de SAP R/3®,
- avec un positionnement à la pointe des nouvelles offres de SAP (New Dimensions).

Nos actions sont orientées autour de 3 métiers:

- **Conseil**
- **Intégration fonctionnelle**
- **Technologie**

Notre connaissance approfondie du secteur automobile nous permet d'appréhender les problématiques aussi bien métier, organisationnelles que technologiques en s'appuyant sur les meilleures pratiques du secteur et les retours d'expériences des clients.

Kerensen Consulting™ est un leader indépendant du conseil opérationnel en France, issu du regroupement de directeurs et associés de cabinets anglo-saxons. Kerensen assiste ses clients dans la réalisation de leurs choix stratégiques, opérationnels ou technologiques en toute objectivité.

	Expériences Client	Domaines d'interventions	Réalisations
Pilotage	<b>Constructeurs</b> PSA, Renault, ..	Pièce de Rechanges Achats Logistique Vente	Conception Mise en œuvre Architecture Fonctionnelle
	<b>Équipementiers / Distributeurs</b> Valeo, Saint Gobain, Energizer,	OEM / After Market Achats Logistique CRM, Call center	Conception Mise en œuvre Technologie (EDI,..)
	<b>Loueurs</b> Arval	LLD Remarketing Front Office , Call center Back office opération	Conception Mise en œuvre Technologie, EP Support



# Automotive / Industrie Automobile



## Industrie Automobile

Dans un contexte de concurrence accrue et afin de résoudre l'équation complexe de l'amélioration des marges, du taux de service avec la maîtrise des coûts logistiques, équipementiers et constructeurs sont tenus d'identifier des leviers d'actions, et d'agir pour obtenir des gisements de d'opportunités et de gains nouveaux:

- repenser les modes et les modèles de prévisions en s'engageant sur un mode plus collaboratif
- décloisonner l'entreprise de ses fournisseurs et distributeurs (Extended Supply Chain)
- optimiser la logistique opérationnelle (nouveaux vecteurs logistiques, performance magasin).

Les équipementiers ne peuvent donc plus se contenter d'offrir à leurs clients une proposition de valeur centrée uniquement sur le produit et le service, ils sont tenus d'inscrire la gestion et l'intégration de la chaîne logistique au cœur de la stratégie d'entreprise pour trouver les économies et maintenir les marges que distributeurs et constructeurs ne cessent de grignoter.

## Offre de Service

### > Extended Supply Chain

Dans un contexte de pression sur les marges, le pilotage d'une chaîne logistique étendue est un levier d'opportunités que les entreprises les plus performantes ne cessent d'actionner, au travers d'actions qui réduisent leurs coûts, tout en améliorant leur efficacité opérationnelle et leur performance.

### > Chaîne logistique

- Optimisation des flux physiques (stocks et vecteurs de transports)
- Optimisation des flux d'information
- Prévisions
- Performance magasin
- Collaboration avec ses fournisseurs, ses clients et ses distributeurs;

### > Achats

- Stratégie achats
- Réduction du coût total d'acquisition
- « Leading Competitive Countries Sourcing »
- Optimisation de la fonction achat (compétences, organisation, processus et systèmes d'information)

### > Customer Service

- Transformation du SAV en Customer service
- Maintenance et flux de pièces de rechange

### > CRM / Gestion de la relation Client

Le management de la relation client est aujourd'hui un facteur de différenciation majeur des entreprises, en terme financier, commercial et technologique. L'avantage sur les concurrents est lié à la capacité à dépasser les attentes de clients en terme de service apporté, la valeur que vous saurez dégager de chaque contact avec vos clients.

### > Stratégie CRM

- Définition du CRM comme levier stratégique sur la stratégie d'entreprise

### > Interaction client

- Amélioration de la qualité et de la rentabilité des contacts clients.
- Centre de Relation Client multimédia

### > Optimisation de la connaissance client

- Recueillir les données sur les clients et les utiliser de manière pertinente