

Fuso optimiert weltweite Vertriebsstruktur

Fuso optimiert seine Vertriebsstruktur, um die Bedürfnisse seiner Kunden in über 150 Märkten weltweit noch besser erfüllen zu können. So ist die Verkaufsorganisation von Fuso seit 1. Juli 2012 in zwei Kompetenzbereiche untergliedert. Der Bereich „Sales & After Sales Fuso“ bündelt die Vertriebsplanung und das Vertriebsmanagement sowohl des Heimatmarktes in Japan als auch der internationalen Märkte in Asien, Australien und Europa; und verantwortet zudem das Marketing.

Durch die Bündelung von strategischen und operativen Sales und After Sales Funktionen für das In- und Ausland schafft Fuso Synergien und stärkt dadurch nachhaltig sein globales Geschäft. Mittelfristig will die Daimler-Tochter den Absatz international auf über 200 000 Einheiten verdoppeln will. Der zweite Bereich der neuen Vertriebsorganisation „Mitsubishi Fuso Sales Japan“ widmet sich ausschließlich dem japanischen Einzelhandel im Heimatmarkt. (ampnet/nic)