

Kundenorientierung vs. Produktorientierung

Aufgaben 1.5 A&B

Kontext von Kundenorientierung

Produktorientierung vs. Kundenorientierung

4P's

Product

Place

Price

Promotion

Produktorientierung vs. Kundenorientierung

4P's

Product

Place

Price

Promotion

4C's

Customer Needs

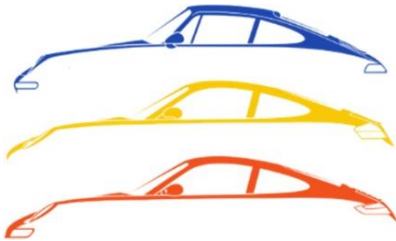
Customer Access

Costs

Communication

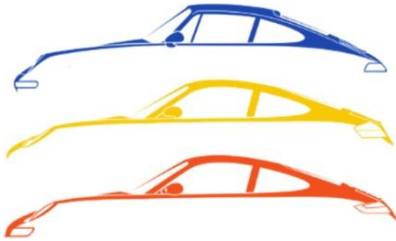
Am Beispiel Porsche

4P's

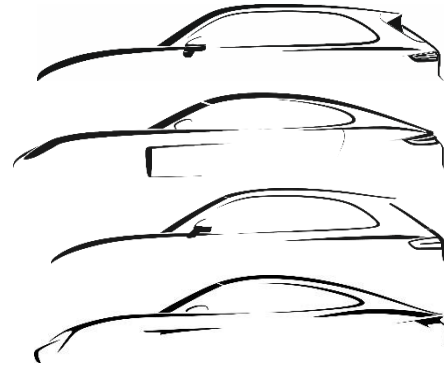


Am Beispiel Porsche

4P's



4C's



Profitabilität erhöhen

1. Kundensegmentierung in Prioritätsklassen A, B, C:

Topkunden, Mittelprofitable Kunden, Weniger profitable Kunden

2. Customer Lifetime Value (CLV) typischer Segmentkunden ausrechnen

Durchschnittsalter, Durchschnittslänge der Kundenbeziehung, Produkt- und Servicewerte aller Einkäufe

3. Kumulieren aller CLV's

Kommen Sie in etwa auf Ihren Umsatz?

4. Überlegungen, um Profitabilität zu erhöhen

In welchen Segmenten können Sie Share of Wallet, CLV's und Profitabilität erhöhen

“Jetzt sind Sie am Zug!”

© Fit für die Geschäftsführung
Harald Eichsteller & Michael Lorenz

