

# 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

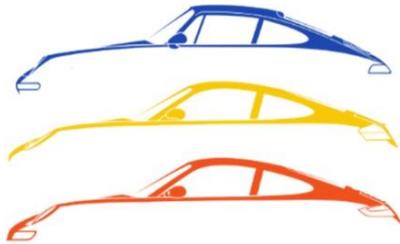
# Am Beispiel Porsche

## 4P's

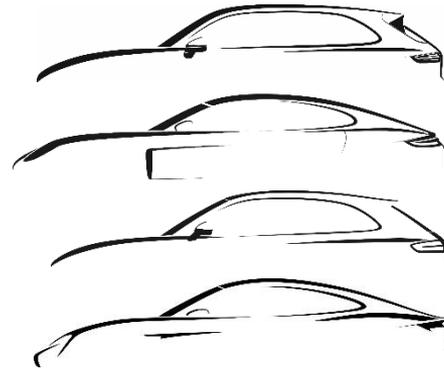


# Am Beispiel Porsche

## 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

