

Strategien der Neukundengewinnung 1



- Verkauf, Einkauf, Marketing

Es ist durchschnittlich fünf bis sechs Mal teurer, einen neuen Kunden zu werben, als einen bereits geworbenen Kunden zu behalten!

Wer auf hart umkämpften Märkten neues Absatzpotential erschließen will, kommt an einer systematischen Neukundengewinnung nicht vorbei. Dabei ist es häufig erforderlich, in bestehende Kunden-Wettbewerberbeziehungen einzudringen und latente Wechselabsichten zu nutzen. Ohne strategischen „Fahrplan“ bleiben systematische Erfolge aus und die Neukundengewinnung gerät bestenfalls zum Zufallsprodukt.

- Kundenorientierung und Unternehmensziele
- Segmentierung und Zielgruppendefinition
- Interne und externe Datengewinnung
- Strategien zur Neukundengewinnung in der Praxis

-



[Informationsflyer Neukundengewinnung 1 \(670,82 KiB\)](#)

Seminaranfrage