Kundenanalyse

Kundenanalyse	be-kannt	unbe-kannt	un-wichtig		+	0	-	Notizen
Hauptkundengruppen								Alter, Beruf, Haushaltsgröße, Kaufkraft, m/w, Region, Privat-, Firmenkunden
weiterer Kundengruppen								
Stammkunden (zukünftige Entwicklung)								
Neukunden (Kundengruppen, Kundenpotenzial)								
Absatzgebiet, Vertriebsform								
Kaufgewohnheiten, wann, warum, wo kaufen die Kunden (bisher)?								
Kaufkraft und Ausgabeverhalten								
Kundenwünsche, Kundenbedürfnisse								
Kundenerwartung bzgl. Produktqualität								
Kundenerwartung bzgl. Zusatzservice								
Kd.reaktionen auf Preisänderungen Preis - Leistung aus Kundensicht								
ausschlaggebende Gründe für eine Kaufentscheidung								
Abhängigkeit von einzelnen Kunden Umsatzbedeutung der wichtigsten Kd.								
Zahlungsfähigkeit der Kunden Zahlungsbereitschaft der Kunden								
Einkommensniveau der Kunden								
Altersstruktur der Kunden								
soziale Stellung der Kunden								
Maßnahmen zur Bindung der Altkunden								
Aktionen zur Neukundengewinnung								
Kundenkartei								