Kostenbetrachtung

Kostentreibende Faktoren

- ☑ Abstimmungsaufwand des Multikanal-Managements
- ☑ Doppelte Anrechnung des Vertriebserfolgs
- ☑ Doppelter Aufbau von zentralen Ressourcen z.B. Angebotserstellung

Kostenreduzierende Faktoren

- ☑ Effizientere Prozesse
- ☑ Verstärkung der Marketing-Aufwendungen
- ☑ Service kann optimiert werden
- ☑ Lagerung kann optimiert werden
- ☑ CRM-System über alle Vertriebskanäle

Ausschlusskriterien

- Kunden, die nur über einen Kanal angesprochen werden sollen
- Kanäle, die auf jeden Fall bestehen bleiben

© opusvendendi