

Kriterien zur Auswahl des Vertriebskanals bzw. des Kanal-Mixes (Auszug)

Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> Bindung des Kunden an das Unternehmen Möglichkeit der Durchdringung der Geschäftsprozesse des Kunden mit dem eigenen Portfolio
Kundendurchdringung	<ul style="list-style-type: none"> Abdeckung des gesamten Kundepotenzials Möglichkeit der Erschließung neuer Kundensegmente Verkaufsstärke
Visibilität am Markt	<ul style="list-style-type: none"> Image-Wirkung Kombinationsmöglichkeiten mit Marketing-Aktionen
Flexibilität gegenüber Marktsschwankungen	<ul style="list-style-type: none"> Anpassungsfähigkeit auf Veränderungen wie z.B. sinkende Umsätze in einer Branche Aufgreifen von Branchentrends und Umsetzen in eigene Lösungen
Wertschöpfungstiefe	<ul style="list-style-type: none"> Ausnutzung des eigenen Portfolios Konzeption und Verkauf umfassender Lösungen Steuerungsmöglichkeiten
Kosten	<ul style="list-style-type: none"> Anlaufkosten laufende Kosten variable Kosten