

Akquise-Plattformen im Geschäftskundenvertrieb

	Voraussetzung	Hemmnis / Nachteil	Vorteil
Kaltakquise	Kundensegment-Analyse	viele Vertriebsleute zögern	schneller Erschließung
Ausschreibungen / Auktionen	Registrierung	Preiskampf	bequem
Kundenausbau (Upselling)	Incentiv-Vereinbarung	keine	Kundenbindung, geringe Kosten
Cross Selling	interne Regelung	emotionale Faktoren	Kundenbindung
Kunden-Rückgewinnung	Kündiger-Analyse	eher irrationale Bedenken	Kundenstrukturen etc bekannt
Service Vermarktung	Service als Produkt	fehlender Anreiz	Kundenbindung, höhere Margen
Nutzen von Referenzen	Abstimmung mit Kunden	viele machen es nicht	einfache Akquise
Netzwerke	langer Atem	nur langfristig	geringe Kosten
Kunde des Wettbewerbs	bekannt	Preiskampf	Fokus auf attraktive Kunden
Laden	Aufbau	hohe Kosten	Präsenz am Markt
Online-Shop	gutes Konzept	nur für Produkte	kostengünstig, Präsenz am Markt
Anzeigen (Print)	einfache Produkte	hohe Kosten, geringe Erfolgsquote	Präsenz am Markt
Anzeigen (Internet)	Sign-up	mittlere Kosten, geringe Erfolgsquote	Internet-Präsenz, Dialog ggf.
Unternehmen im Umfeld des K.	kein Wettbewerb mit Kunden	keine	einfache Akquise
Internet-Communities	konstruktive Inhalte	Spam-Verdacht	aktuell, preiswert
Weblog (Corporate Blog)	gutes Konzept	zu wenig bekannt	Kundenbindung