

Was Kunden wollen oder der ultimative Wettbewerbsvorteil

30.05.2007, 15:01 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Michael Richter - Internationale Marketing- und Vertriebsberatung*



Ein Sprichwort sagt: 'Was Du nicht willst, das man Dir tu, ...' - im Marketing muss man das umdrehen!

Denn, wer hätte nicht gerne, dass

- man sich um ihn und seine Sorgen kümmert
- sich mit ihm ernsthaft über seine Zukunftschancen oder ggfs. bisher nicht beschrittene Wege auseinandersetzt oder sogar
- ihm die Wünsche von den Augen abliest - und sie dann möglichst erfüllt.

DAS ist es, was alle Kunden letztlich wollen (siehe auch <http://www.marketing-und-vertrieb-international.com/kunden/was-kunden-wollen.htm>) und was uns tatsächlich den ultimativen Wettbewerbsvorteil verschaffen kann.

Natürlich ist die Voraussetzung, dass die für den Kunden wichtigen technischen und wirtschaftlichen Parameter erfüllt werden, aber dann können wir uns auch – mit informiertem und motiviertem Personal - dem scharfen Preiswettbewerb weitestgehend entziehen.

Die Verführung, auch Marketingaufgaben zu automatisieren bzw. sich ausschließlich auf CRM-Programme zu verlassen ist, gerade bei den heutigen technischen Möglichkeiten, allerdings sehr groß. Aber nur ein auf das jeweilige Unternehmen abgestimmtes Vorgehen, auch z. B. unter Einsatz von Call Centern für Terminvereinbarungen, o. ä. kann eine Lösung bringen.

Das Internet darf allerdings nicht vergessen werden.

Dessen Aufbau sollte jedoch so sein, dass der Kunde möglichst schnell zu 'seiner' Problemlösung kommt (siehe auch >> <http://www.marketing-und-vertrieb-international.com/internet/erfolg-im-internet.htm>) und letztlich - besonders für den Investitionsgüterbereich - zur umfassenden Information, evtl. Service inkl. Unterlagen über 'Intra-/Extranet', und die Neukundengewinnung, genutzt werden.

Im übrigen hat ein guter persönlicher Kontakt - produktabhängig - auch den Vorteil, dass in der Folge auf viele Nebenkosten, wie Patente, usw. verzichtet werden kann, da durch die Verbindung zum Markt/den Kunden laufend die nötigen Weiterentwicklungen durchgeführt werden und so immer ein Wettbewerbsvorsprung da sein wird, der nicht schnell aufzuholen ist.

Portrait

Michael Richter - Internationale Marketing- und Vertriebsberatung - befasst sich seit mehr als 35 Jahren mit der strategischen Marketingplanung und Vermarktung der verschiedensten Investitionsgüter und langlebigen Gebrauchsgüter auf allen 5 Kontinenten - seit 1991 als selbständiger Marketingberater, insbesondere für KMU

News-ID: 137881 • Views: 149 (Stand: 19.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/137881/Was-Kunden-wollen-oder-der-ultimate-Wettbewerbsvorteil.html>