|  |  |
| --- | --- |
| **An …** | Silvia.Berger@sportsgogmbh.de |
| **Cc …** |  |
| **Bcc …** |  |
| **Betreff:** | Analyse der Kundenstruktur |
| Sehr geehrte Frau Berger,  wie von Ihnen gewünscht, schicke ich Ihnen nun das Ergebnis meiner Kundestrukturanalyse der SportsGo GmbH.  Die genauen Berechnungen habe ich Ihnen im Anhang in einer Excel-Datei zusammengestellt.  Als Ergebnis kann man festhalten, dass wir bisher nur zwei A-Kunden und nur zwei B-Kunden haben. Hierin besteht ein großes Risiko, sodass wir uns dringend um folgende Punkte kümmern sollten:   * Erhaltung unserer A-Kunden durch intensivere und individuellere Betreuung, z.B. durch Newsletter, regelmäßige Kontaktaufnahme, ggf. speziellen Serviceangeboten, da mit ihnen der meiste Umsatz generiert wird und sie deshalb sehr wichtig für unser Unternehmen sind * Ausbau der Beziehung zu unseren B-Kunden beispielsweise durch gezielte Angebote (Aktionen oder Kundenbefragungen), um die bestehenden Umsätze zu steigern, damit sie zukünftig zu A-Kunden werden * Bei den C-Kunden sollte genau analysiert werden, bei welchen Kunden Potenzial nach oben ist, beispielsweise durch einen Online-Fragebogen. Bei C-Kunden, bei denen Potenzial zum B-Kunde vorhanden ist, sollten gezielte Werbeaktionen gestartet werden, z. B. durch Werbegeschenke. Bei C-Kunden ohne Potential sind weitere Maßnahmen nicht erstrebenswert (Kosten-Nutzen-Abwägung)   Bei Rückfragen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.  Freundliche Grüße  Azubiname | |
| Anhang: | Ergebnis\_ABC-Analyse.xlsx |