

Wer richtig im Markt positioniert ist, muss sich um Neukundengewinnung keine Gedanken machen!

Kommt Ihnen das bekannt vor:

Sie müssen dem Handel Zusatzrabatte bieten. Immer häufiger müssen Sie Preisaktionen fahren, um Ihre Umsatzziele zu erreichen. Ihr eigener Vertrieb hält Wettbewerber Ihnen gegenüber für überlegen.

Das sind Symptome einer möglicherweise falschen Marktpositionierung.



Es geht um den Kern eines jeden Geschäftsmodells:
Die Beziehung zwischen Wertangebot und Kunden.
Wie lösen Sie deren Probleme (Pain Relievers) bzw.
welche Nutzen bieten Sie ihnen (Gain Creators)?

Stichpunkte:

- Markenstatus (Test)
- Customer Insights
- Wertangebote
- Markenprofil
- Uminterpretation

Valuecom organisiert für Sie einen **Strategieworkshop**.