

Marketing Uebung
01 ABC-Analyse

Max Springenberg, 177792

- 1.1 Sie als Mitglied einer studentischen Unternehmensberatung haben als Datengrundlage die durchschnittlichen monatlichen Umsätze für die Bearbeitung dieser Aufgabe erhalten. Betrachten Sie das gegenwärtige Leistungsprogramm und unterteilen Sie die Produktgruppen anhand von Umsatzanteilen in A-, B- und C- Bereiche. Ziehen Sie die Grenze bitte bei etwa 70 % des Gesamtumsatzes für den A- Bereich und bei etwa 95 % für den B-Bereich. Berechnen Sie bitte die Prozentsätze mit zwei Dezimalstellen.
- 1.2
- 1.3 Nach der Berechnung ist es Ihre Aufgabe die Ergebnisse vor dem Marketing und Vertriebsmanagement zu präsentieren. Stellen Sie Ihre Ergebnisse graphisch dar. Kennzeichnen Sie alle relevanten Stellen.
- 1.4 Der Direktor für Marketing und Vertrieb möchte nun auch eine ABC-Analyse der Kunden durchführen. Nachdem A-, B- und C-Kunden identifiziert wurden, ist dem Verantwortlichen jedoch unklar, wie diese Kundengruppen differenziert behandelt werden können. Empfehlen Sie dem Direktor, wie man bei den A- und B-Kunden vorgehen könnte. Begründen Sie Ihren Ratschlag kurz.