

Checkliste „Strategie zur Profilierung“

- Eigene Positionierung überprüfen – die Mitte hat auf Dauer keine Chance
- Profilierung entweder über Fläche, Preis oder Spezialisierung/Nischenpolitik
- Investitionen in das Laden-Layout nicht aufschieben
- Einsatz von Kundenkarten, zielgerechte Werbung, kein Schrotflinten-Marketing
- Mitarbeiter noch mehr motivieren als sonst
- Kunden und Mitarbeiterzufriedenheit messen
- Marktkommunikation professioneller gestalten
- Sortimente und Lieferanten straffen **(Gössmann)**

www.g-und-v.de