



Titel

**Potenzialermittlung
bei Neu- und
Gebrauchtwagen**

Dauer

2 Tage

Ziele

- Die Teilnehmer ermitteln die möglichen Marktpotenziale und den Grad der gegenwärtigen Marktausschöpfung nach
 - ▣ Gewerbekunden und
 - ▣ Privatkunden
- Die Teilnehmer erarbeiten individuell für ihren Standort einen Maßnahmen- und Aktivitätenplan, unter Einbeziehung einer Stärken- und Schwächenanalyse.

Inhalte

- Definition der individuellen Marktgebiete nach Absatzwegen
- Herausarbeiten von Stärken und Schwächen aus dem Bewertungsschema.
- Ermitteln des gegenwärtigen und zukünftigen Potenzials unter Einbeziehung von Benchmarks
- Erarbeiten eines Maßnahmenplans.

Zielgruppen

Geschäftsführung, Führungskräfte
Neu- und Gebrauchtwagen

Kommentare