

Anhang 2: Scoring-Modell für ein Kundenattraktivität-Wettbewerbsposition-Portfolio

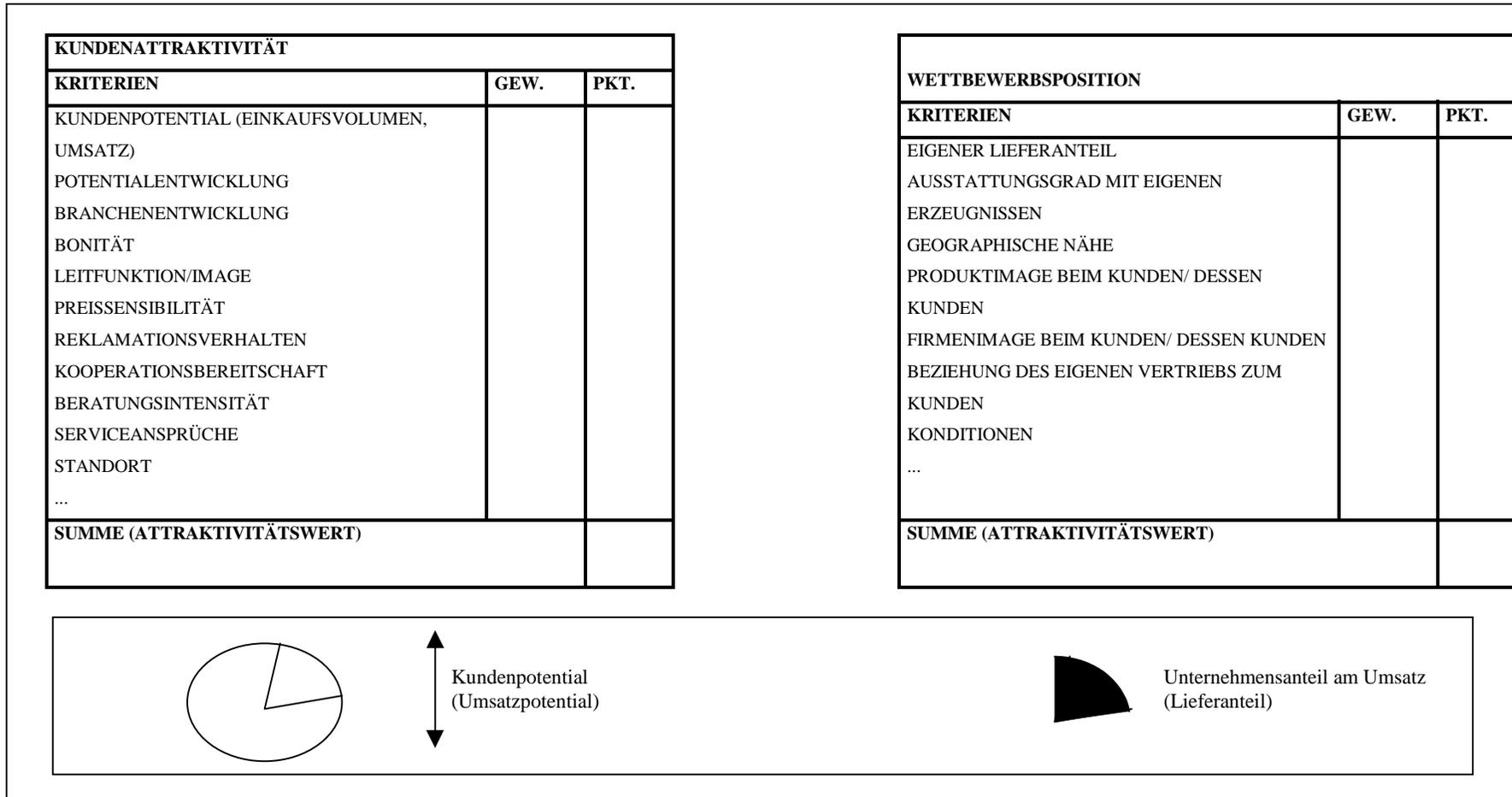


Abb. Scoring-Modell für ein Kundenattraktivität-Wettbewerbsposition-Portfolio
 Quelle: Link, J., Hildebrand, V.: Database Marketing und Computer Aided Selling, München 1993, S. 51.