

Systematisierung der Marketinginstrumente nach den 3Rs im Marketing

Quelle: Bruhn 2002

3Rs 4Ps	Recruitment	Retention	Recovery
	Kundenakquisition mit Fokus Kundendialog	Kundenbindung mit Fokus Kundenzufriedenheit	Kundenrückgewinnung mit Fokus Wechselbarrieren
Product	<ul style="list-style-type: none"> ■ Produktinnovation ■ Produktzusatznutzen ■ Produktverbesserung 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Produktzufriedenheit ■ Servicestandards ■ Garantien 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Produktverbesserung ■ Value Added-Services ■ Individuelle Leistungen
Price	<ul style="list-style-type: none"> ■ Niedrigpreis ■ Sonderangebote ■ Aktionen 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Optimales Preis-Leistungs-Verhältnis ■ Preisgarantien ■ Preisbündelung 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Rabatte/Boni ■ Einmalige Zahlung bei Wiederaufnahme ■ Sonderkonditionen
Promotion	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aktives Direct Marketing ■ Massenkommunikation mit Dialogfunktion ■ Multimedia-Kommunikation 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kundenzeitschriften ■ Direct-Mail ■ Kundenclubs 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Telefonmarketing ■ Persönliches Gespräch ■ Einladung/Events
Place	<ul style="list-style-type: none"> ■ Produktsampling ■ Aktionen am POS ■ Neue Vertriebsstellen 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Online Shopping ■ Direktvertrieb ■ Lieferservice 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Exklusivvertrieb ■ Außendiensteeinsatz ■ Zusätzliche Vertriebswege