

# ABC-Analyse der Kunden

Kategorie	Kunde	Prozent vom Gesamtumsatz	Strategie
A	Kunde 1	45%	Kundenbindungsmaßnahmen, Neuentwicklungen im Bereich Katastrophenschutz,
A	Kunde 2	32%	
B	Kunde 3	8%	Cross-Selling-Maßnahmen, Kundenentwicklung
B	Kunde 4	7%	
B	Kunde 5	4%	
C	Kunde 6	1%	Standardisierung der Produktions- und Marketingmaßnahmen, Zusammenlegung von Produktgruppen, Bereinigung des Produktangebots, ggf. Ausbau zu B- oder A-Kunden
C	Kunde 7	1%	
C	Kunde 8	1%	
C	Kunde 9	0,5%	
C	Kunde 10	0,5%	
SUMME:		100%	