

Teil II

Zielsetzungen
moderner
Verkaufsbereiche

Die nachstehenden Ziele, die eine logische Konsequenz der im Teil I aufgezeigten Lage sind, stellen die wesentlichen Zielsetzungen dar, die mit Hilfe des optimalen ID-Einsatzes gefördert bzw. realisiert werden müssen.

Es kann hier naturgemäß nur aufgezeigt werden, welche Gesamtziele und welche Teilziele anzustreben sind. In jedem Einzelfall ist zu prüfen, welche Zielsetzungen firmenspezifisch zutreffen. Die herausgearbeiteten Prioritäten sind in abgestuftem Vorgehen zu erreichen.