

Burrack sagt



Der Fehler:

Zu glauben, dass der Preis der Agenturleistung zum Kundengewinn führt!

Leider falsch:

Kunden wählen eine Agentur, weil sie ihr vertrauen und die Mitarbeiter mögen, nicht weil der Laden billig ist. Statt mit Dumpingpreisen einzusteigen, wählt man lieber einen marktüblichen Ansatz. Die Kosten sind nur eine Stellschraube, man kann auch an den Leistungen drehen.

Heiko Burrack, Inhaber von New Business Advice