

# EFFEKTIVE MARKTFORSCHUNG

- ▶ Bewerten, segmentieren und entwickeln Sie Märkte richtig
- ▶ Sichern und verbessern Sie Ihre Entscheidungen
- ▶ Steigern Sie Ihre Wertschöpfung
- ▶ Lernen Sie Methoden der Marktforschung kennen und anwenden

TERMINE 2009

**Frankfurt/Main**

27.-28.04.2009

06.-07.07.2009

30.11.-01.12.2009

relexa hotel  
Frankfurt/Main  
Mertonviertel



Referenten: Roland Kretzschmar und Dietmar Pfaff

- Studium der Psychologie an der Philipps-Universität in Marburg.
- Vertiefungsausbildung im Schwerpunkt Arbeits- und Organisationspsychologie
- BWL im Nebenfach
- Ausbildung in Führungstraining,



Kommunikationstraining und Training sozialer Kompetenzen

Roland Kretzschmar ist Projektleiter bei der infomarketing Gesellschaft für Informations-analyse und Marketingberatung mbH,

Der studierte Diplom-Kaufmann ist geschäftsführender Inhaber der infomarketing Gesellschaft für Informations-analyse und Marketingberatung mbH. Seit Jahren trainiert und berät er erfolgreich namhafte mittelständische Unternehmen und Konzerne.

Dietmar Pfaff lehrt Medienwirtschaft an der Rheinischen Fachhochschule Köln und gibt Seminare für Marktforschung, Unternehmensführung und Marketing.



VORMITTAG

**Q1: Marktforschung als Intelligenzverstärker.**

Einordnung der Marktforschung in den Kontext der Marketingstrategie und Marktbearbeitung.  
Darstellung des Marktforschungsprozesses anhand der sieben D's.

**Q2: Anforderungen an Aufgabenstellungen und Briefing.**

Was soll die Marktforschung bewirken, welche Ziele in welcher Abstufung? Was kann intern gemacht und was outsourced werden? Vorgaben zur Methodik und Budget.

**Unternehmensprofil**

**Effizientes Marketing braucht beste Informationen!**

Ohne die richtigen Informationen kann man im Marketing kaum erfolgreich sein. Deshalb hat sich infomarketing auf intelligente Problemlösungen rund um die Information spezialisiert.

Die Kernkompetenz von infomarketing ist das systematische Analysieren und Bewerten von Daten sowie die Bereitstellung von entscheidungsrelevanten Informationen.

Dabei sind Know-how, Kreativität und Innovation ebenso wichtig wie eine klare Positionierung und der Wille zum Erfolg.

**Kontaktdaten**

infomarketing Gesellschaft für Informationsanalyse und Marketingberatung mbH

Am Dornbusch 5  
60320 Frankfurt am Main

Telefon: (069) 46 99 80 00  
Telefax: (069) 46 99 80 09

Geschäftsführer:  
Dietmar Pfaff

Mail: [dp@infomarketing.de](mailto:dp@infomarketing.de)

Online-Informationen und Anmeldung unter:

[www.infomarketing.de/mafo](http://www.infomarketing.de/mafo)

NACHMITTAG

**Q3: Das passende Erhebungsdesign und der Methoden-Mix.**

Die wichtigsten Methoden im Vergleich. Was leisten Sekundär- und Primäranalysen? Welchen Nutzen haben Gruppendiskussionen? Panel- und Adhoc-Forschung? Pragmatische Kombinationen zur Marktforschungseffizienz.

**Q4: Dateneingabe und -auswertung.**

Anforderungen an die Skalierung. Wie werden uni-, bi- und multivariate Verfahren angewendet? Wann und wozu Datenauswertung mit SPSS?

### **Q5: Dokumentation der Ergebnisse.**

Trennung nach Berichtsebenen und Berichtsformen (Tabellenbericht, Ergebnisbericht, Ergebnispräsentation). Anforderungen an eine gute Ergebnisdarstellung.

### **Q6: Interpretation der Ergebnisse.**

Die Aufgabenstellung und das Briefing als Basis der Interpretation. Evaluierung der gefundenen Erkenntnisse. Vermeidung von Überinterpretation. Auf offene Fragen hinweisen. Handlungsempfehlungen ableiten.

### **Weitere Seminare**

#### **Competitive Intelligence**

(CI-Zyklus: Datensammlung, Informationsfilterung, Wissensgenerierung, Reporting, Strategieableitung; CI-Einsatz, CI-Budget)

#### **Strategische Marktanalyse**

(PLZ, SWOT, PEST, CLTV, GAP, Portfolios, BSC, Benchmarking, etc. ...)

#### **Inhouse Seminare**

Innerhalb dieser Seminare können wir ganz **individuell** auf Ihre Wünsche und Bedürfnisse eingehen, um **Problemlösungen** mit Ihnen gemeinsam zu erarbeiten. Teilen Sie uns Ihren Sachverhalt mit, damit wir Ihnen ein spezifisches Seminarangebot anbieten können.

### **Teilnahmegebühr**

Jede Anmeldung wird von uns schriftlich bestätigt. Die Gebühr für das zweitägige Seminar beträgt **1.280,- EUR** (zzgl. gesetzl. MwSt.).

Darin enthalten sind ausführliche Seminarunterlagen, Zertifikat, Mittagessen und Tagungsgetränke für beide Tage.

Aufgrund der gewünschten Trainingsintensität ist die Anzahl der Teilnehmer beschränkt.

### **Trainingszeiten**

1. Tag: 9.30 – 18.30 Uhr  
2. Tag: 9.00 – 17.00 Uhr

### **Q7: Marktprognose als Grundlage für Marketingstrategien.**

Welche Vorgehensweisen, um 'plausibel' in die Zukunft zu schauen? Relationen zwischen Marktpotenzial, Marktvolumen und Absatzvolumen. Treiber/Bremser der Marktentwicklung.

### **Q8: Competitive Intelligence: Was kann und wie agiert der Wettbewerb?**

Einordnung der Wettbewerberanalyse. Geeignete Vorgehensweisen, um den Wettbewerb zu „durchschauen“ und Vorteile aufzubauen.

