

Effektive Marktforschung in der Praxis

Kursnr.
24BTDM0037

Kurstermin

📅 11.11.2024

Unterrichtsdetails

Mo 09:00-16:20

8 Unterrichtseinheiten

Unterrichtsort

BFI Wien

Alfred-Dallinger-Platz 1

1030 Wien

Lernformat

Präsenz



Preis

€ 270,-

Alle Preise inkl. 10% USt.

Bitte beachten Sie die Rabatt- und Förderbedingungen. Mehr Informationen finden Sie unter bfi.wien.

Das erwartet Sie

Sie wollen, dass Kund:innen auf Ihre Produkte und Services aufmerksam werden? Basis jeder Marketingentscheidung ist der Fokus auf Zielgruppe und Absatzmarkt. In diesem Seminar zeigen wir Ihnen, wie Sie selbst Marktforschungsinstrumente anwenden können. Wir vermitteln Ihnen praxisnahes Wissen zu Methodik, Datenerhebung, Datenanalyse und -auswertung. Wir hinterfragen die Repräsentativität von Ergebnissen, analysieren und interpretieren sie. Nach diesem Seminar sind Sie in der Lage, Forschungsergebnisse richtig zu interpretieren und fundierte Marketingentscheidungen auf Datenbasis zu treffen.

Inhalte

- Arten der Marktforschung (qualitativ, quantitativ)
- Der Marktforschungsprozess
- Methodik: Auswahlverfahren, Stichprobe, Repräsentativität, Signifikanz und Schwankungsbreiten
- Befragung (inkl. Aufbau eines Fragebogens)
- Focus Groups
- Beobachtung (z. B. Mystery Shopping)
- Experiment (z.B. Markttest, Produkttest)
- Datenanalyse, Darstellung der Ergebnisse
- Analyse und Interpretation von Marktforschungszahlen
- Seriosität von Marktforschung erkennen und beurteilen
- Zusammenarbeit mit Marktforschungsinstituten
- Mögliche "Fallstricke" in der Praxis

Nutzen und Karrieremöglichkeiten

- Sie kennen die Rolle und Bedeutung der Marktforschung im Marketing.
- Sie können datenbasierte, erfolgreiche Marketingstrategien entwerfen.
- Sie sind in der Lage, kleinere Marktforschungsprojekte selbst durchzuführen.
- Sie erfahren, was Marktforschungsinstitute für Sie tun können und wie die Zusammenarbeit effizient gestaltet werden kann (z.B. Erstellung von Briefings, Qualitätskontrolle, Interpretation von Ergebnissen).
- Sie können Ergebnisse aus der Marktforschung interpretieren, kritisch hinterfragen und somit klug und zweckmäßig nutzen.

Zielgruppe

- Personen, die eine kompakte Einführung in Theorie und Praxis der Marktforschung suchen
- Alle, die einen Überblick über die Einsatzmöglichkeiten von Marktforschung erhalten möchten, um kleinere Projekte selbst durchzuführen
- Selbstständige und Mitarbeiter:innen, die die Zusammenarbeit mit Marktforschungsinstituten effektiv und professionell gestalten wollen
- Personen, die mit Marktforschung in Berührung kommen und das nötige Handwerkszeug für die sinnvolle Interpretation der Ergebnisse erwerben wollen
- Karriereorientierte, die sich in diesem Bereich weiterentwickeln möchten