

Einsatz wesentlicher Methoden der Marktforschung

01.07.2014, 12:53 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Winfried Kempfle Marketing Services*



Services und Tools für das Strategische Marketing

Methoden der Marktforschung werden vor allem eingesetzt, um quantitative Marktdaten oder qualitative Marktanalysen zu erhalten, die beispielsweise für Zwecke der strategischen oder operativen Planung benötigt werden. Man unterscheidet dabei zwischen Methoden der Primär- und Sekundär-Marktforschung:

Primär-Marktforschung

Dabei werden Daten und Informationen zum Markt direkt an der Quelle erhoben.

Dies können Endkunden, Anwender oder Verbraucher sein, aber auch Hersteller, Distributoren oder Zulieferer. Die Gewinnung der Daten und Informationen erfolgt insbesondere mittels Befragung, Erhebung, Tests oder Beobachtungen bei der Zielgruppe vor Ort, im Falle der Befragung ist dies auch online möglich. Die Recherche kann durch dafür ausgebildetes firmeneigenes Personal geschehen oder durch Beauftragung spezialisierter Firmen wie etwa Marktforschungsinstitute.

Sekundär-Marktforschung

Daten und Informationen werden hier durch Auswertungen und Analysen bereits vorhandenen Datenmaterials gewonnen. Das können zum Beispiel Marktberichte von Marktforschern und Industrieanalysten sein, Marktdatenbanken und Fachpublikationen oder in Auftrag gegebene Marktrecherchen.

Wesentliche Voraussetzung für eine effektive Marktforschung ist die Erschließung und Auswahl geeigneter Informations- und Datenquellen, um möglichst umfangreiche, zutreffende und vor allem zuverlässige Informationen über die aktuelle Marktsituation und die weitere Marktentwicklung zu erhalten. Folgende Aspekte spielen hierbei eine wichtige Rolle:

Nützliche Instrumente besonders der Primär-Marktforschung stellen vor allem Kundenbefragungen und institutionalisierte Feedback-Prozesse über Vertriebs- oder Serviceorganisation dar. Bei diesen Instrumenten können aus dem unmittelbaren Kundenkontakt Informationen über Kundenanforderungen und Kaufverhalten gewonnen werden, aus denen dann beispielsweise auch Vorhersagen zu Markt- und Absatzpotentialen abgeleitet werden können.

Entscheidend für die Qualität von Marktanalysen sind die Kompetenzen und Erfahrungen der in Betracht gezogenen Marktforschungsinstitute, Consultants oder Industrieanalysten. Die Auswahl oder eine eventuelle Beauftragung eines Industrieanalysten sollte daher auf Basis eines einschlägigen Kriterienkatalogs erfolgen. Damit werden Aktualität und Genauigkeit der Daten gewährleistet und sichergestellt, dass die Research-Ergebnisse qualitativ und quantitativ den Anforderungen entsprechen.

Neben der systematischen Erhebung von Markt- und Kundeninformationen ist es oftmals auch erforderlich, diese ziel- und zweckgerichtet aufzubereiten. Marktdaten aus Standardreports von Marktanalysten etwa können häufig nicht unmittelbar verwendet werden, wenn zum Beispiel Marktsegmentierungen, die ein Analyst in seinen Studien ansetzt, nicht mit denjenigen in Einklang stehen, die eine Firma für Zwecke der Strategieplanung benötigt. In diesem Fall müssen mit geeigneten Marktmodellen die Ausgangsdaten entsprechend den Anforderungen der Firma und den spezifischen Bedürfnissen verschiedener Zielgruppen innerhalb des Unternehmens transformiert werden.

Die Managementberatung Winfried Kempfle Marketing Services unterstützt Firmen bei strategischen Marketingaktivitäten und berät in diesem Rahmen Unternehmen auch zu Methoden der Marktforschung. Die Übernahme der Projektleitung von Marktforschungsprojekten gehört ebenso zum Dienstleistungsangebot wie die Durchführung konkreter Marktforschungsaufgaben im Rahmen solcher Projekte. Weitere Informationen zum Consulting-, Tool- und Trainingsangebot der Beratungsfirma erhalten Interessenten auf der Webseite: <http://www.strategie-und-planung.de>



Informationsquellen für die Marktanalyse

<https://www.youtube.com/watch?v=SPIxWMYYDSg>

Portrait

Die Firma Winfried Kempfle Marketing Services bietet unter dem Motto "Kompetenz schafft Effizienz !" Services und Tools für das Strategische Marketing an. Das Angebot richtet sich insbesondere an mittlere und größere Industrie- und Technologiefirmen.

Neben der Strategieentwicklung und der Optimierung von Strategieprozessen tragen insbesondere Markt- und Wettbewerbsanalysen sowie effiziente Projektmanagement-Verfahren zum Erfolg der Beratungsleistung bei. Besonderer Wert wird neben der strategischen Analyse vor allem auch auf eine schnelle und wirkungsvolle Umsetzung von strategischen Maßnahmen gelegt.

Die Firma betreibt die Webseite <http://www.strategie-und-planung.de>, auf denen Verfahren und Angebote beschrieben sowie Materialien zum Download verfügbar sind.

Winfried Kempfle arbeitete 20 Jahre als Berater im Inhouse-Management Consulting und in verschiedenen Strategie- und Business Development-Bereichen der Siemens AG. Er ist zertifizierter Web Business Manager und besitzt vielfältige Erfahrungen in Strategieplanung, Strategieprojekten und deren Umsetzung, im Marketing und Projektmanagement sowie in Marktanalyse und Wettbewerbsanalyse.

News-ID: 803345 • Views: 311 (Stand: 30.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/803345/Einsatz-wesentlicher-Methoden-der-Marktforschung.html>