



Analyse der wichtigsten unternehmensinternen Marktforschungsfelder zur Generierung von relevanten Informationen

By Ralph Bechtel

GRIN Verlag Jul 2007, 2007. Taschenbuch. Book Condition: Neu. 210x148x2 mm. This item is printed on demand - Print on Demand Neuware - Studienarbeit aus dem Jahr 2004 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 2,0, Fachhochschule Ludwigshafen am Rhein (Hochschule für Wirtschaft), Veranstaltung: Marktforschung, Sprache: Deutsch, Abstract: Entscheidungen können nur so gut sein wie die Informationen, aus denen sie festgelegt werden. Erfolgspotenziale können nur dann realisiert werden, wenn sie erkannt sind. Das eigene Verhalten im Markt kann nur dann richtig sein, wenn man die Akteure, die Bedingungen und die Spielregeln kennt. Eine der wichtigsten Aufgaben im Unternehmen ist das Treffen von Entscheidungen. Entscheidungen, die getroffen werden müssen, um die Existenz des Unternehmens langfristig zu sichern, notwendige Ziele zu identifizieren sowie strategische und operative Maßnahmen anzustoßen. Insbesondere in den letzten vier Jahrzehnten, in denen die politischen und wirtschaftlichen Verflechtungen national und international immer enger wurden, erlangten ausreichende Informationen über die Märkte und ihre Entwicklung für Unternehmen wachsende Bedeutung. Mit rechtzeitigen und angemessenen Informationen können schnellere und qualitativ hochwertigere Entscheidungen getroffen, dadurch Erfolge realisiert und Geschäftsrisiken minimiert werden. Mit den richtigen Markt-

Reviews

Completely among the finest book I have actually read through. It is probably the most remarkable book we have study. I discovered this book from my dad and i suggested this book to learn.

-- **Georgiana Pacocha**

Absolutely essential go through ebook. It typically does not cost a lot of. I realized this publication from my i and dad encouraged this publication to discover.

-- **Mallie Ondricka**