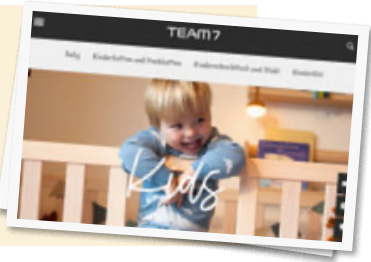


Ausgangssituation: Fortsetzung

Das Verkaufsteam von TEAM 7 wurde immer wieder gefragt, ob das Unternehmen auch Kindermöbel produziert (z. B. Gitter- und Kinderbetten, Kinderschränke und Kinderschreibtische). Bevor TEAM 7 sein heutiges „kids“-Sortiment auf den Markt brachte, war es wichtig, Marktforschung zu betreiben, um das Interesse für Kindermöbel aus Naturholz zu erheben. Das Marketingteam überlegte zudem, wie eine gute Auffindbarkeit des Kindermöbelsortiments in Suchmaschinen erreicht werden könnte.



Aufgaben

3. Beschreiben Sie mindestens eine unternehmensinterne sowie eine unternehmensexterne Quelle, die TEAM 7 bei der Entscheidung, eine „kids“-Linie auf den Markt zu bringen, geholfen haben könnten und begründen Sie Ihre Wahl. 😊 😐 😞

Unternehmensinterne Informationsquelle

Unternehmensexterne Informationsquellen

4. Erklären Sie, wie die sekundäre Marktforschung dabei helfen kann, eine bestmögliche Platzierung der Website in Suchmaschinen zu ermöglichen. 😊 😐 😞

Ausgangssituation: Fortsetzung

Mithilfe einer eigenen Datenerhebung wird nun konkret ermittelt, ob in der Zielgruppe wirklich genug Interesse für hochwertige Naturholz-Kindermöbel von TEAM 7 besteht. Das Marketingteam plante zunächst eine Onlinebefragung aller bisherigen Kunden per E-Mail sowie eine telefonische Befragung von Personen aus der Zielgruppe.

Aufgaben

5. Kreuzen Sie an, welche Erhebungsform bei den genannten Methoden zum Einsatz kommen würde und begründen Sie Ihre Antworten. 😊 😐 😞

Onlinebefragung aller Kunden:	Telefonische Befragung (Zielgruppe):
<input type="radio"/> Vollerhebung <input type="radio"/> Teilerhebung	<input type="radio"/> Vollerhebung <input type="radio"/> Teilerhebung
Begründung:	Begründung:

6. Überlegen Sie, ob die Auswahl dieser primären Marktforschungsmethoden aus Ihrer Sicht sinnvoll ist. Schlagen Sie mindestens eine weitere Methode vor, die zum Einsatz kommen könnte, um das Interesse der Zielgruppe zu erheben. 😊 😐 😞

7. Schlagen Sie zwei Fragen vor, die in den Fragebogen für die Onlinebefragung sowie für die telefonische Befragung aufgenommen werden sollten. Achten Sie darauf, verschiedene Fragetypen zu verwenden. 😊 😐 😞

Ausgangssituation: Fortsetzung

Nachdem sich TEAM 7 anhand der ersten Marktforschungsergebnisse dazu entschieden hat, Kindermöbel auf den Markt zu bringen, wurden im Unternehmen erste Designs entworfen. Vor der Produktion stellte sich noch die Frage, welche Designs am besten von den (potenziellen) Kunden angenommen werden.



Aufgaben

8. Welche Arten von Experimenten in der Marktforschung kennen Sie? Nennen und beschreiben Sie zwei näher. 😊 😐 😞

9. Entscheiden Sie, welches Experiment Sie vorschlagen würden, um die Design-Frage zu klären, und welche digitalen Hilfsmittel dabei zum Einsatz kommen könnten. 😊 😐 😞

Ausgangssituation: Fortsetzung

Die Markteinführung des „kids“-Sortiments hat mittlerweile erfolgreich stattgefunden. Dem Verkaufsteam ist allerdings aufgefallen, dass den Kindermöbeln im Schaumraum von TEAM 7 noch zu wenig Beachtung geschenkt wird.

Aufgabe

10. Wählen Sie aus, welche Methode(n) der primären Marktforschung Sie für diese Problemstellung vorschlagen würden, und begründen Sie Ihre Auswahl. 😊 😐 😞

☐ Befragung

☐ Beobachtung

☐ Experiment

☐ Panelerhebung

Begründung: