

Notwendigkeit der Marktforschung

- Konjunkturveränderungen
- Wertewandel / Verbraucherverhalten
- Konkurrenzrisiko

Marktbeobachtung

fortlaufende Untersuchung der Veränderungen und Entwicklung des Marktes

Marktanalyse

tiefgründige einmalige Untersuchung der Struktur von Märkten

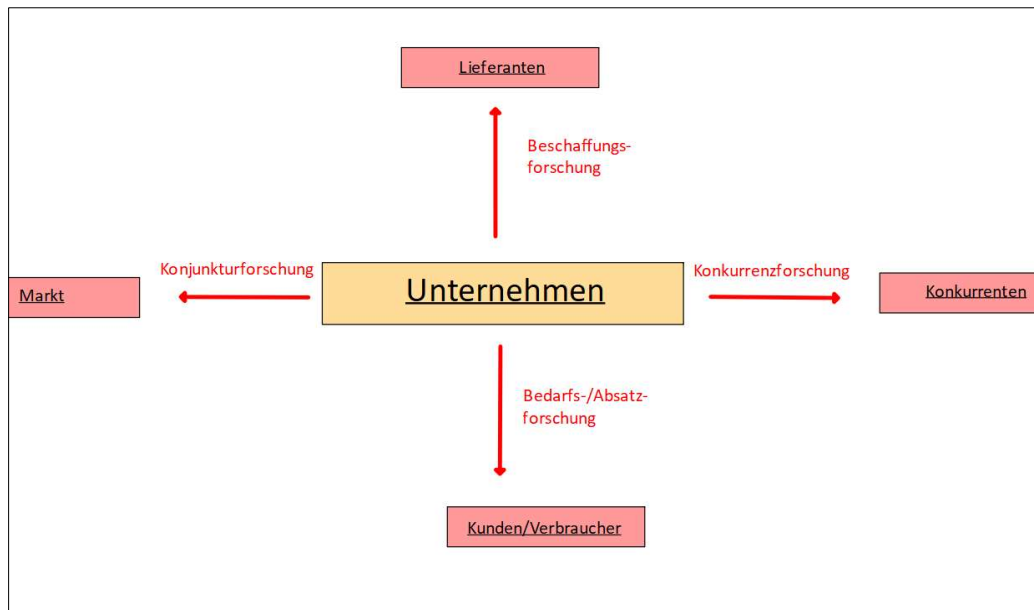
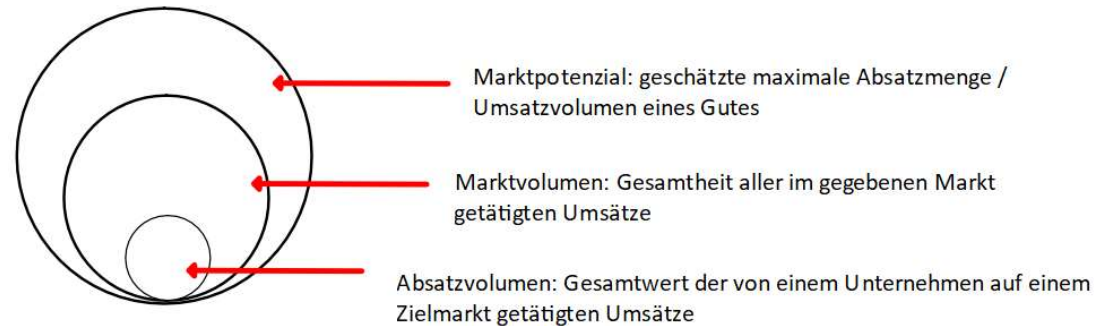
Marktprognose

Vorhersage zur Marktentwicklung

Entscheidung über Marketingstrategien

Quantitative Marktanalyse:

Erfassung der mengen- und zeitmäßigen Größen des relevanten Marktes.



Übungsaufgabe Quantitative Marktanalyse

Unser Unternehmen „Media Plus AG“ ist ein bedeutender MP3-Player-Hersteller in Deutschland. Das Marktpotenzial in Deutschland für MP3-Player wurde von einem Marktforschungsinstitut für dieses Jahr mit 30 Mio. Stück berechnet. Das Marktvolumen für diesen Player beträgt 18 Mio. Stück, wobei der Marktführer SONY 40 % und unser Unternehmen 8 % Anteil besitzen soll.

Berechnen Sie unser Absatzvolumen sowie das Umsatzvolumen unseres Unternehmens, wenn der MP3-Player mit 80,00 € pro Stück verkauft wird.