

## Veranstaltungsort

Der Veranstaltungsort befindet sich im Zentrum der Kölner Innenstadt und ist mit den öffentlichen Verkehrsmitteln (U-Bahn Haltestelle *Zölpicher Platz*) sehr gut erreichbar. Parkplätze (kostenpflichtig) befinden sich in unmittelbarer Nähe.

DIM  
Deutsches Institut für Marketing  
Hohenstaufenring 43-45  
D-50674 Köln

## Ihre Investition

**€ 1.235,- zzgl. MwSt.**

Im Seminarpreis sind umfangreiche Unterlagen, das Mittagessen und die Pausengetränke enthalten. Der Preis versteht sich pro Teilnehmer pro zweitägigem Seminar. Ab dem 2. Teilnehmer aus demselben Unternehmen erhalten Sie jeweils **10 % Rabatt**. Für eine Anmeldung nutzen Sie bitte das Formular auf der rechten Seite oder registrieren Sie sich online auf [www.Marketinginstitut.BIZ](http://www.Marketinginstitut.BIZ). Die Seminarplätze werden nach Reihenfolge der Eingänge vergeben.

## Übernachtung

Gerne empfehlen wir Ihnen ein Hotel - auf Wunsch in unmittelbarer Nähe zum Seminarort. Bitte kontaktieren Sie uns.

## Stornoregelungen

Bis vier Wochen vor Veranstaltungsbeginn ist eine Stornierung kostenfrei möglich. Bei einer Stornierung zwischen zwei und vier Wochen vor Veranstaltungsbeginn berechnen wir 50% des Veranstaltungspreises, danach 100%. Selbstverständlich können jederzeit Ersatzteilnehmer benannt werden. (Änderungen vorbehalten)



## Infotelefon

Sie wünschen ausführliche Informationen zu unseren Angeboten?  
Wir beraten Sie gerne:

**IN TELEFON**  
0221 / 9955100

## Fax-Anmeldung an: +49 (0) 221 / 99 555 10-77

Ja, ich / wir nehme / n am Seminar Marktforschung teil:

### Termin:

- Mo, 06. & Di, 07. Okt. 2008  
 Do, 05. & Fr, 06. März 2009  
 Mo, 16. & Di, 17. Nov. 2009

Unternehmen

Straße / Postfach

PLZ / Ort

Telefon / Mobil

Telefax

Email

Anzahl der Teilnehmer  1  2  3  mehr als 3

**1**  
Name, Vorname

Position, Abteilung

**2**  
Name, Vorname

Position, Abteilung

**3**  
Name, Vorname

Position, Abteilung

Ansprechperson im Sekretariat

Datum / Unterschrift / Firmenstempel

## Veranstalter

DIM Deutsches Institut für Marketing GmbH  
Hohenstaufenring 43-45  
D-50674 Köln  
Telefon +49 (0) 221 / 99 555 10-0  
Telefax +49 (0) 221 / 99 555 10-77  
[info@Marketinginstitut.BIZ](mailto:info@Marketinginstitut.BIZ)  
[www.Marketinginstitut.BIZ](http://www.Marketinginstitut.BIZ)

**DIM**  
Deutsches Institut für Marketing

Informieren Sie sich über unsere Marktforschungskompetenz unter:  
[www.DIM-Marktforschung.de](http://www.DIM-Marktforschung.de)



## Workshop

# Erfolgreiche Marktforschung

### Lernen Sie Ihren Markt und Ihre Kunden kennen!

Nur wer seinen Markt, seine Kunden und seine Konkurrenz kennt, kann langfristig erfolgreich sein. In einem immer stärker werdenden Verdrängungswettbewerb wird Marktforschung zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor. Die besondere Relevanz, die der Marktforschung als Marketing- und Managementaufgabe zukommt, ist in den meisten Unternehmen längst bekannt. Trotzdem nutzen die Mitarbeiter viel zu selten Markt- und Kundeninformationen in ihren strategischen sowie taktischen Entscheidungen und Maßnahmen. Die Gründe liegen vielfach darin, dass Marktforschung als „Wissenschaft“ angesehen wird und häufig die Kenntnisse für eine praktische Umsetzung von Marktforschungsprojekten fehlen.

Das wird sich mit dieser Veranstaltung ändern. Lernen Sie in unserem zweitägigen Seminar die Grundlagen, Methoden und Arbeitstechniken der Marktforschung kennen. Wir arbeiten mit konkreten Projektbeispielen, damit auch Sie am Ende dieser zwei Tage in der Lage sind, ein Marktforschungsprojekt erfolgreich umzusetzen.

**Termine 2008 / 2009:**

Mo, 06. & Di, 07. Okt. 2008  
Do, 05. & Fr, 06. März 2009  
Mo, 16. & Di, 17. Nov. 2009

## Inhalte

- **Definition:** Was ist das Ziel der Studie (z.B. Analyse der Kundenzufriedenheit / Imageanalyse)? Welche Daten und Informationen werden benötigt?
- **Design:** Mit welchen Datenerhebungsmethoden sollen die Informationen gewonnen werden? Wie soll der Interviewleitfaden, der Fragebogen oder das experimentelle Design gestaltet werden?
- **Datenerhebung:** Welche Besonderheiten sind bei der Datenerhebung zu beachten?
- **Datenanalyse:** Welche Analyseverfahren kommen für die Auswertung der Daten zur Anwendung?
- **Dokumentation:** Wie lassen sich die Ergebnisse sinnvoll darstellen und präsentieren?

## Ihr Nutzen

1. Sie erhalten einen umfassenden und dennoch kompakten Überblick über alle Themen und Instrumente der Marktforschung, die Sie brauchen.
2. Mit der Marktforschung als Intelligenzverstärker sind Sie in der Lage, Ihren relevanten Markt effizienter zu bearbeiten sowie die Bedürfnisse und Wünsche Ihrer Kunden besser zu bedienen.
3. Sie erhalten zu allen relevanten Themen praxiserprobte Checklisten.
4. Die teilweise komplexen Strukturen der Marktforschung werden Ihnen verständlich und praxisbezogen dargestellt.
5. Ihre Teilnahme wird durch ein qualifiziertes Teilnahmezertifikat bescheinigt.

## Das können Sie erwarten

### Unternehmerwissen

Unsere Trainer kommen aus der Praxis und besitzen Unternehmerwissen. Wir setzen nur Trainer ein, die die transportierten Inhalte aus ihrer eigenen beruflichen Situation kennen, sodass Ihre Zeit nicht mit Standard- oder Halbwissen vergeudet wird. Ihre Gesprächspartner warten mit fundierten Fachkenntnissen auf.

### Exklusives Know-how

Wir verstehen uns als Kompetenzanbieter. Im Gegensatz zu manch anderen Veranstaltern, die lediglich erkaufte Wissensbestände reproduzieren, führen wir nur Seminare zu eigens analysierten Themen durch. In unseren Seminaren stehen Ihnen unsere Studien und das Wissen unserer Berater zur Verfügung.

### Umfangreiche Unterlagen

Jeder Teilnehmer erhält alle Unterlagen des Seminars. Ergänzende Skripte, Checklisten und Fachzeitschriften sind eine wertvolle Hilfe in Ihrem beruflichen Alltag.

### Online-Campus

Jedem Seminar ist ein Blended-Learning-Kurs zugeordnet. So haben Sie bis zu zwölf Monate nach dem Seminar Zugriff auf die Unterlagen und alle neuesten Informationen aus unserer Forschung können eingesehen werden.

### Intensive Arbeitsgruppen

In unseren Seminaren finden Sie ausreichend Zeit, mit unseren Fachexperten zu kommunizieren. Die Teilnehmerzahl ist auf acht Personen begrenzt.

### Kontinuierliche Betreuung

Auch noch Monate im Anschluss an unsere Seminare bleiben unsere Referenten für Sie Ansprechpartner. Rufen Sie uns einfach an. Wir ermöglichen das nötige Mehr an Service und Leistung.

## Agenda Tag 1

9:15 Uhr Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Seminar-Unterlagen

**9:30 Uhr Herzlich Willkommen**

- Begrüßung
- Überblick über Inhalt und Ablauf des Seminars
- Abstimmung mit den Erwartungen der Teilnehmer

**10:00 Uhr Grundlagen der Marktforschung**

- Gegenstand: Was soll die Marktforschung bewirken?
- Ziele und Funktionen: Wie ist die Marktforschung in den Kontext der Marketingstrategie und der Marktbearbeitung einzuordnen?
- Träger: Make- or Buy-Entscheidung

11:00 Uhr Kaffee- und Teepause

**11:30 Uhr Definition**

- Das Marktforschungsproblem: Themen, Probleme und Fragestellungen in Ihrem Unternehmen
- Typische Themen: Marktdaten, Käuferverhalten, Branchen- und Wettbewerbsanalyse, Imageanalyse, Analyse der Kundenzufriedenheit
- Definition der Forschungsfragen

13:00 Uhr Gemeinsames Mittagessen

**14:00 Uhr Design**

- Informationsquellen: Was leisten Sekundär- und Primäranalysen?
- Erhebungsinstrumente: Befragung, Beobachtung, Panel und Experiment im Vergleich
- Fragebogenkonstruktion / -entwicklung
- Untersuchungssteckbrief: Der Untersuchungssteckbrief als Grundlage Ihrer Marktanalyse

15:30 Uhr Kaffee- und Teepause

**16:00 Uhr Spezielle Ansätze der Marktforschung**

- Paneluntersuchung, Werbewirkungsstudien (Werbe- und Kampagnentracking), Produkt- und Storetest, Gruppendiskussionen

**17:15 Uhr bis ca. 17:30 Uhr Feedbackrunde und Ausblick auf den zweiten Tag**

## Agenda Tag 1

## Agenda Tag 2

9:00 Uhr Begrüßung und Erwartungen an den Tag

**9:15 Uhr Stichprobenplanung**

- Vollerhebung vs. Teilerhebung
- Stichprobenplanung: Wie groß ist die optimale Stichprobe? Wann ist eine Stichprobe repräsentativ? Welches Verfahren zur Stichprobenziehung setze ich ein?

**10:30 Uhr Datengewinnung**

- Erhebungsplan: Organisatorische und zeitliche Planung der Datenerhebung
- Tipps für die praktische Feldarbeit

11:00 Uhr Kaffee- und Teepause

**11:30 Uhr Datenanalyse (I)**

- Analyseverfahren: Lernen Sie die verschiedenen Verfahren der Datenauswertung kennen
- Konkrete Anwendungsmöglichkeiten für Ihren beruflichen Alltag
- Statistik und Software: Wann und wie setze ich SPSS zur Datenauswertung ein? Lernen am Praxisbeispiel

13:00 Uhr Gemeinsames Mittagessen

**14:00 Uhr Fortsetzung: Datenanalyse (II)**

- Vorstellung verschiedener Auswertungsmethoden anhand von konkreten Beispielen

15:30 Uhr Kaffee- und Teepause

**16:00 Uhr Dokumentation**

- Schriftliche und mündliche Dokumentation der Ergebnisse: Was gehört in einen Ergebnisbericht? Wie baue ich diesen sinnvoll aus? Welche Anforderungen sind an eine gute Ergebnisdarstellung zu stellen?
- Interpretation: Evaluation der identifizierten Erkenntnisse und Ableitung für Handlungsempfehlungen für die Marketing-Praxis

**17:00 Uhr bis ca. 17:30 Uhr Feedbackgespräch mit den TeilnehmerInnen**

## Agenda Tag 2

## Teilnehmerstimmen (Auswahl)

### So beurteilen Teilnehmer dieses Seminar:

„Das Seminar war sehr gut strukturiert, voller Informationen, aber keineswegs überladen.“

Marcel Esser,  
Bayer MaterialScience AG

„Marktforschung ist keine Wissenschaft! Sehr gutes Seminar für Einsteiger und Profis.“

Claus Hartherz,  
T-Mobile Deutschland GmbH

„Ein praxisnahes und sehr übersichtliches Seminar.“

Johann Pöppel,  
DGZfP Ausbildung und Training GmbH

## Teilnehmer

### Wen Sie in dem Workshop treffen werden:

Die Veranstaltung richtet sich an Führungs- und Nachwuchskräfte aus dem Bereich Marketing, insbesondere strategisches Marketing und Marketingplanung, sowie an Mitarbeiter im Produktmanagement, in der Markt- und Wettbewerbsforschung und in der strategischen Planung.

## Inhouse-Workshop

Das Seminar bieten wir auch als Inhouse-Workshop an. Ihre Vorteile: Kein Reiseaufwand, speziell für Ihren Bedarf, optimales Preis-Leistungs-Verhältnis. Wir erstellen gerne ein individuelles Angebot. Rufen Sie uns an: **0221 99 555 10-0**.

## Methoden

**Vorträge:** Erfahrene Referenten vermitteln ihr Know-how und ihre praktischen Erfahrungen.

**Diskussionen:** Diskutieren Sie die Fragestellungen aus Ihren Projekten mit uns. Im Erfahrungsaustausch mit Ihrem Trainer und anderen Teilnehmern können wir gemeinsam Lösungen erarbeiten.

**Einzel- und Gruppenarbeit:** Neben der Wissensvermittlung steht die praktische Anwendung ganz klar im Mittelpunkt dieses Seminars.

