



## Modul Marktforschung & Konsumentenverhalten

Buchungsnummer

**RT0222-040**

Diese Veranstaltung richtet sich an:

**Führungskräfte und SpezialistInnen**

Entwickeln Sie Ihr Wissen weiter und schulen Sie Ihr Gespür für Ihre Zielgruppen! Marketing bedeutet weit mehr als nur Werbung, und auch mehr als nur Kommunikation: Von der Marktanalyse bis hin zum fertigen Produkt begleiten Sie als MarketingexpertIn den gesamten Produktlebenszyklus. Entwickeln Sie ein Gespür, welche Marketingmaßnahmen zu welcher Zielgruppe passen und welche sich eignen, den Umsatz Ihres Unternehmens oder Ihrer Organisation zu steigern.

Veranstaltungsart

**Fachmodule**

Dauer (in Tagen)

**6**

Termin

**20.03.2023 - 24.04.2023**

## Preis für Mitglieder des Fördervereins

KundInnen, die Mitglied im [Förderverein](#) sind, erhalten den Mitgliederpreis.

**1.575,00 €**

Mitgliederpreis [Info](#)

Preis

**1.750,00 €**

Bitte beachten Sie – Ihr individueller Preis wird Ihnen erst nach erfolgreichem Login angezeigt

## **Beschreibung**

Sie lernen verschiedene Formen der Markt- und Unternehmensanalyse kennen und erarbeiten grundlegende Methoden und Anwendungsfelder der Marktforschung sowie der Marktsegmentierung, die wesentliche Bestandteile des strategischen Marketings sind. Verschiedene psychologische Aspekte des Konsumentenverhaltens, je nach Vertriebskanal sowie bedeutsame Public-Value-Faktoren, die Kaufentscheidungen beeinflussen, sind weitere Themen dieses Moduls. Die theoretischen Grundlagen werden durch Praxisbeispiele ergänzt. Bringen Sie Ihre eigenen Fragestellungen aus Ihrem Unternehmen aktiv mit in die Diskussion ein.

## **Inhalte**

- Aufgaben und Methoden der Marktforschung
  - Unternehmensforschung
  - Wettbewerbsanalyse
  - Kundenanalyse
  
- Marktsegmentierung als Analyseansatz und Marketingstrategie
  
- Datenbeschaffung in der Marktforschung
  
- Psychologische Aspekte des Käuferverhaltens
  - Erklärungsansätze des Käuferverhaltens
  - Kaufentscheidungstypen und -träger
  
  - Nachfrageverhalten im Wandel – digitale und gesellschaftliche Herausforderungen

## **Nutzen**

- Sie erarbeiten sich ein tieferes Verständnis für das Verhalten von KundInnen, InteressentInnen und potenzielle KundInnen.
- Sie erhalten Kenntnisse zu Grundtypen von Untersuchungen und deren Anwendungsmöglichkeiten
- Lernen Sie Ihre strategischen Überlegungen taktisch sinnvoll umzusetzen.
- Vermittlung der Bedeutsamkeit der Marktforschung und der Möglichkeiten ihrer Anwendung für Fragen der Unternehmenspraxis

## **Dozenten**

Prof. Dr. Julia Naskrent, Professorin für Marketing | FOM Hochschule gGmbH

Ihre mit dem Rolf-H.-Brunswig-Preis ausgezeichnete Promotion erfolgte im Zuge der Tätigkeit als wissenschaftl. Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Marketing an der Universität Siegen. Sie forscht verhaltenswissenschaftlich und ist Leiterin des Kompetenzcentrums für Marketing an der FOM.