LU05.A05 - Vergleich Marktforschung

Lernziele

- Die zwei Marktforschungsmethoden nennen und erklären können.
- Die zwei Marktforschungsmethoden anhand von Fallbeispiel unterscheiden können.

Rahmenbedingungen

- Sozialform: Partnerarbeit
- Zeitbudget: 10 Minuten
- Erwartetes Ergebnis: Begründete Entscheidung, um welche Methode der Marktforschung es sich handelt

Ausgangslage und Auftrag

Nachfolgend finden Sie zum Thema Markforschungsmethoden eine Liste mit Fallbeispielen. Entscheiden Sie um welche Methode bzw. welche Subvariante es sich dabei handelt.

Fallbeschreibungen

1. Die Kunden eines Supermarktes werden an der Kasse nach deren Zufriedenheit mit der Wartezeit an den Kassen befragt.
2. Die BMW AG hat im Internet alle Ausstattungsmerkmale ihrer Automodelle aufgelistet. Die Volkswagen AG nutzt diese Daten, um zu überprüfen, ob ihre Automodelle die gleichen Ausstattungsmerkmale besitzen und dadurch konkurrenzfähig sind.
3. Ein neues Kaffeegetränk mit einem völlig neuen Geschmack soll eingeführt werden. Der Verkauf erfolgt zunächst nur für zwei Monate in einem Café in der Aarauer Innenstadt. Danach wird ausgewertet, wie oft das Getränk verkauft wurde.
4. 1000 ausgewählte repräsentative Familien werden jedes Jahr von einem Call-Center nach ihren Reiseabsichten befragt.
5. Ein kaufmännischer Auszubildender in einer Kfz-Werkstatt soll den Ordner mit den Beschwerdebriefen der Kunden durchstöbern. Dabei soll er feststellen, worüber sich die Kunden am häufigsten beschwert haben.

Lösung

Lösung

Volkan Demir

From:
https://wiki.bzz.ch/ - **BZZ - Modulwiki**

Permanent link:
https://wiki.bzz.ch/modul/m241/learningunits/lu05/aufgaben/05?rev=1763364819

Last update: **2025/11/17 08:33**