Ein gutes Briefing.

Eine klare Entscheidungsgrundlage.

10 Fragen, mit denen Sie Ihr Marktforschungsprojekt vorbereiten. Sie müssen noch keine Methode festlegen: Entscheidend ist, was Sie nach der Untersuchung besser entscheiden können möchten.

01 Welche Entscheidung steht an?

Beschreiben Sie die konkrete Wahl: Preis erhöhen, Konzept auswählen, Sortiment verändern oder Zielgruppen priorisieren?

02 Welche Optionen möchten Sie vergleichen?

Benennen Sie die möglichen Alternativen und was Sie im Geschäft tatsächlich verändern können.

03 Was wissen Sie bereits?

Welche Studien, Marktdaten, Kundenerfahrungen oder Hypothesen liegen vor? Was ist belastbar und wo fehlen Antworten?

04 Wen müssen wir befragen?

Denken Sie an Käufer, Nutzer, Nichtkäufer, Bestandskunden oder Mitarbeiter. Welche Kriterien und Länder sind relevant?

05 Woran erkennen Sie eine gute Entscheidung?

Welche Größen zählen: Absatz, Marge, Reichweite, Markenstärke oder Zufriedenheit? Welche Zielkonflikte bestehen?

Den Rahmen konkret machen.

06 Welche Produkte und Materialien gibt es?

Sind Konzepte, Packungsentwürfe, Produktmuster oder Preisvarianten vorhanden? Was kann in einer Untersuchung gezeigt werden?

07 Welche Marktbedingungen sind wichtig?

Berücksichtigen Sie Wettbewerber, Vertriebskanäle, Nutzungssituationen und geplante Veränderungen im Markt.

08 Bis wann benötigen Sie die Ergebnisse?

Nennen Sie den Entscheidungstermin und wichtige Zwischenschritte. Planen Sie Zeit für die gemeinsame Einordnung ein.

09 Welcher Budgetrahmen ist vorgesehen?

Eine Orientierung hilft, Forschungsdesign und Umfang sinnvoll abzustimmen. Offene Punkte können wir gemeinsam klären.

10 Wie sollen die Ergebnisse genutzt werden?

Wer entscheidet mit? Benötigen Sie eine Präsentation, Simulation, einen Workshop oder ein Dashboard?

Ihre Entscheidung besprechen

Senden Sie uns Ihre Fragestellung und die wichtigsten Rahmenbedingungen. Gemeinsam bestimmen wir das passende Vorgehen.

info@smartcon.de | +49 6131 945 19 0