

Markt- und Meinungsforscher

Bei der Markt- und Meinungsforschung geht es darum, Entscheidungshilfen für den Auftraggeber herzustellen.

Dabei werden wissenschaftliche Erhebungstechniken angewandt. Die Dienstleistungen des Markt- und Meinungsforschers um fassen neben der Marktanalyse des Untersuchungsgegenstandes, den Aufbau von Erhebungsmodellen, die Erarbeitung exakter Problemlösungen und deren praktische Umsetzung sowie die Interpretation der Ergebnisse. Zunehmend an Bedeutung gewinnen prozessorientierte Anwendungen, beispielsweise in Form von Dialogmodellen und Monitorings sowie Benchmarketing-Systemen. Weiters erstellen die Dienstleister Marktforschungskonzepte, planen Untersuchungsdesigns, entwickeln und modifizieren Erhebungsmodelle, konzipieren, koordinieren und führen empirische Untersuchungen und Datenerhebung durch.

In weiterer Folge die Auswertung, die Datenanalyse und die Aufbereitung, die Interpretation und Präsentation der erzielten Resultate sowie das mehrjährige Archivieren der Studienbasisdaten. Zu den Anwendungsbereichen zählen Markttests, Standortanalysen, politische Meinungsforschung, repräsentative Bevölkerungs- und Zielgruppenstudien, Mehrthemenbefragungen, Mall- und Store-Tests, Medienreichweitenstudien und Medienforschung, Imageuntersuchungen, Werbemitteltests, Motivstudien und -forschung sowie Trendanalysen.

Foto: © Olivier Le Moal / Fotolia.com