

Marktforschung

primäre Marktforschung

- eigene Datenerhebung
- Was erfahre ich, wenn ich mich von meinem Schreibtisch bewege?
 - Befragungen
 - Interviews
 - Beobachtungen
 - Experimente
- Pro
 - hohe Aktualität
 - exakt auf Forschungsbedarf zugeschnitten
 - einzigartige Daten
- Contra
 - hoher Zeitaufwand
 - kostenintensiv

sekundäre Marktforschung

- Nutzung vorhandener Daten
- Was erfahre ich von meinem Schreibtisch aus?
 - Verkaufszahlen
 - Kundenstatistiken
 - frühere Umfragen
 - Studien
 - Internet-Statistiken
- Pro
 - schnell verfügbar
 - geringe Kosten
 - breites Angebot
- Contra
 - Daten evtl. veraltet
 - für Wettbewerb zugänglich
 - nicht auf Anliegen zugeschnitten