



comrecon°

Wir analysieren die Zeichen des Marktes

Checklist Marktforschungs-Briefing

I) Ausgangssituation

Unbedingt sollte ehrlich und so detailliert wie notwendig die Ausgangssituation beschrieben werden, damit das Institut den Informationsbedarf und die Aufgabenstellung besser erfassen kann.

Folgende Punkte sollten in der Ausgangssituation enthalten sein:

- Marktlage, Marktanteil, Umsatz, Position des Unternehmens und der Konkurrenten, Motto: "Was bisher geschah"
- Konkretes Unternehmens- bzw. Marketingziel (Entscheidungssituation)
- Marktforschungsziel (Informationsbedarf)

II) Themenkatalog

- Fragen-/Themenkatalog erstellen (welche Informationen werden erwartet, was will/muss ich als Auftraggeber einer Studie wissen)
- Unterlagen vom Unternehmen (z.B.: Produkte, Werbeanzeigen/Story Boards für den Test)
- Gibt es schon eine Untersuchung, die diese Problemstellung schon beleuchtet hat
- Sollen Vergleiche mit einer anderen Studie möglich sein (nationale / internationale Studien)
- Sollen Zeitreihen erstellt werden

III) Untersuchungsdesign

- Grundgesamtheit / Zielgruppe (a - für die Entscheidungssituation, b - für die Studie; muss nicht identisch sein, da beispielsweise über relevante Gruppen bereits Daten vorliegen)
- Was kann über die Zielgruppe geliefert werden (Adressen, Quotenmerkmale)
- Befragungsort (Wo soll gefragt werden: in ganz Österreich? Nur in einem Bundesland? etc.)
- Stichprobengröße oder Vollerhebung (Stichprobengröße = Anzahl der durchzuführenden Interviews - kann vorgegeben werden oder vom Institut als Minimal- und Optimalvariante vorgeschlagen werden)
- Befragungsmethode (face to face, telefonisch, schriftlich; Fragetechniken: meistens vom Institut vorgeschlagen)

IV) Zusatzinformationen

- Timing (für die Lieferung der Testunterlagen, für die Ergebnis-Lieferung)
- Erwartete Form der Berichtslegung (Zahl der Berichte, Datenfiles, mündliche Präsentation)
- Kontrollwünsche / Möglichkeit der Teilnahme am Interviewerbriefing
- Kontaktpersonen bei Auftraggeber und Institut

