



comrecon°

Wir analysieren die Zeichen des Marktes

Was comrecon° für Sie tun kann

comrecon° ist ein unabhängiges Institut für Marktdiagnostik & Strategieberatung. Wir sind darauf spezialisiert, Schwachstellen in internen sowie externen Kommunikationsprozessen zu erkennen, zu analysieren und zu optimieren. Unter Einsatz fortschrittlichster Methoden und individueller, auf die Zielsetzung der KundInnen zugeschnittenen Analyseformen helfen wir unseren KundInnen, die Bedürfnisse des Marktes und ihrer Zielgruppe kennenzulernen, sie dadurch bestmöglich zu erreichen und anzusprechen. Marktsegmentierung, Analyse von Marktvolumina, Beleuchtung von Mitbewerbern und Key Playern, die Identifikation des Marktpotenzials sowie die Untersuchung von KonsumentInnenstrukturen und -motiven zählen zu den Bereichen der Marktdiagnose.

comrecon° liefert handlungsorientierte und zielgerichtete Erkenntnisse und begleitet seine KundInnen bei der Umsetzung der strategischen Maßnahmen.

comrecon° bietet

- ° hochwertige zielgerichtete Marktdiagnostik
- ° interdisziplinäre Kompetenz aus Marktforschung, Semiotik und Neuropsychologie
- ° Integration fortschrittlicher Methoden und Denkweisen
- ° Flexibilität in allen Belangen
- ° neue Wege zu neuen Einsichten
- ° respektvolles Miteinander mit reflektierendem Hinterfragen
- ° Prozessbegleitung durch fortlaufende Betreuung auch nach Ergebnislieferung

comrecon° Auf die richtige Methode kommt es an

Ein großer Anteil an neuen Produkten floppt – trotz Marktforschung. Dies lässt die Frage aufkommen: Können klassische, rein fragebasierte Marktforschungsmethoden wirklich alle Fragen hinreichend beantworten? Verbraucher werden oft nicht verstanden oder mit den falschen Methoden befragt. Oft ist die Analyse des Unternehmens, des Marktes, der Rahmenbedingungen und der vorherrschenden Trends ein wichtiger erster Schritt zur Einsicht.

comrecon° verfügt über ein Repertoire, das neben den herkömmlichen quantitativen und qualitativen Verfahren auch semiotische und neuropsychologische Methoden aufweist. Damit ist comrecon° in der Lage, tieferliegende (implizite) und ganzheitliche Strukturen aufzudecken und an den Kern der Bedürfnisse und Wünsche von KundInnen und Märkten vorzudringen.

comrecon° Zielgruppen

comrecon° analysiert sowohl externe als auch interne Kommunikation: Vom Handel über Fachzielgruppen, EndverbraucherInnen, Nischenzielgruppen bis hin zu MitarbeiterInnen, Vertrieb und Management. Alle relevanten Stakeholder und Kommunikationskanäle sind Teil der Analyse.

comrecon° Wir analysieren die Zeichen des Marktes.

