MIS |MAIS | VAIS| – Übungs-Nr.	Aufgabe 5.5.9

Sie möchten ein Marktforschungsinstitut beauftragen, das Instrument zur Werbeerfolgskontrolle einer Kampagne für die Brauerei Winikon bei der Bevölkerung im Zürcher Oberland zu erstellen und ein entsprechendes Projekt zu offerieren. Definieren Sein vollständiges Briefing zuhanden eines Marktforschungsinstituts. Gehen Sie im Speziellen auf die Grundgesamtheit, Stichprobe und Methode ein. Schlagen Sie dem Institut Analysemöglichkeiten vor. Sie haben ein Budget von max. CHF 20'000.--.

copyright by swiss marketing academy

Deine Lösung | **Aufgabe 5.6.9**

1. Ausgangslage:

Unsere Brauerei möchte eine kontinuierliche Erfolgsmessung der Werbemassnahmen installieren. Primär geht es hierbei um die Werbewirkung. Sicher auch speziell in Umfeld der übrigen Anbieter (Brauereien) im Markt. Die Situation für uns ist es, die Werbefranken möglichst gezielt einzusetzen und ein Werbe-Hick-Hack zu vermeiden.

2. Zielsetzungen / Problemstellung:

- Werbeerfolgsmessung
- Messung der Wahrnehmung (Perception)
- Messung der emotionalen Wirkung
- Messung der Kaufabsicht

3. Grundgesamtheit (Universum)

Alle Personen im legalen Bierkonsum-Alter im Zürcher Oberland

4. Stichprobenverfahren/Stichprobenbildung

- Quota: Leute müssen aktiv im Leben stehen. ***Dies ist für eine qualitative Untersuchung absolut ausreichend! Quantitativ (über on-line geht nicht, weil wir nicht repräsentativ über die E-Mail Adressen des Zürcher Oberlandest verfügen!)***

5. Stichprobengrösse

- Pro Gruppendiskussion je 8 bis 12 Personen

6. Methode

- Gruppendiskussionen
- 1-mal Wetzikon, 1-mal Volketswil/Uster. ***So können wir unendlich gute Informationen über die Werbung und deren Wirkung in der Bevölkerung einholen. Allerdings nicht repräsentativ. Eine echte repräsentative Untersuchung in diesem Fall für CHF 20'000.-- ist ohnehin unmöglich! Es gäbe nur eine echte Alternative: OMNIBUS. Hierfür allerdings gibt es KEIN Briefing!!!***

7. Gesprächsleitfaden

- Werden wir gemeinsam erarbeiten, um alle relevanten Problempunkte sauber auszuloten

8. Auswertung

- Das Institut liefert die Auswertung der 4 Gruppendiskussionen. Eine Interpretation wird durch uns erstellt

9. Berichterstattung

- In schriftlicher Form, pro Gruppendiskussionsort und in der Konklusion

10. Termine

- 6 Wochen nach Auftragserteilung erhalten wie die Berichte

11. Budget

- CHF 20'000.--

12. Verschiedenes

- Für evtl. Rückfragen und für die nachfolgende Zusammenarbeit stehe ich Ihnen zur Verfügung.

copyright by swiss marketing academy