



www.brauerei-winikon.ch



www.swissmarketingacademy.ch



www.fc-rw.ch

Marktforschung | Statistik | MIS – Übungs-Nr.



Aufgabe 4.1.39

Der Getränke-Shop der Brauerei Winikon läuft eigentlich völlig autonom und es werden – wie wir im statistischen Teil gelernt haben – einfach ein bisschen Zahlen zusammengezählt und ausgewertet. Jetzt möchte man ein Internes Reporting für den Getränke-Shop und dieses in die Datenbank der Brauerei aufnehmen. Welche wichtigen Informationen sehen Sie und warum, welche in ein solches internes Reporting gehören. Nennen und begründen Sie 5!

Deine Lösung



Aufgabe 4.2.39

Nr.	Interne Informationen	Begründung
1	Umsatzstatistik	Wichtiges Element für Stärken / Schwächenanalysen Aufteilung nach: Total, Hauptangebote/Sortimente und nach im Verkauf tätigen Mitarbeitern und dem Getränke-Shop
2	Umsatz Promotionen/Aktivitäten	Klare Trennung nach Normalmonaten und Einsatz von Verkaufsförderung, Themenspezifische Aktivitäten
3	Marge/Rendite	Bei welchen Biersortimenten haben wir welche Marge/Rendite erreicht
4	Kundenfrequenzen	Messung der Anzahl Besucher im Getränke-Shop
5	Reklamationswesen	Input über einzelnen Reklamationen
	Konkurrenzüberwachung	Was setzten andere Möbelhäuser für Kommunikationsmittel ein
	Wichtigste Erkenntnisse aus Kundenbefragung	Wohnberater können dadurch gezielt geschult und informiert werden.