



Qualitative Marktforschung als Methodik zur Gewinnung von Neuproduktideen - theoretische Grundlagen und Anwendungsbeispiele

By Robert Scholz

GRIN Verlag Mrz 2008, 2008. Taschenbuch. Book Condition: Neu. 210x148x2 mm. This item is printed on demand - Print on Demand Neuware - Studienarbeit aus dem Jahr 2006 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, einseitig bedruckt, Note: 2.0, Technische Universität Bergakademie Freiberg, 43 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: 1Einleitung Durch die sich ständig wandelnden Kundenbedürfnisse, Fortschritte in der Technologie sowie durch den hohen Wettbewerbsdruck ist die kontinuierliche Weiterentwicklung bestehender Produkte sowie die Entwicklung neuer Produkte ein wesentlicher Faktor für den Erfolg eines Unternehmens. So erwirtschaftet Siemens 50 Prozent seines Umsatzes mit Produkten, die vor 5 Jahren noch nicht existierten. Dabei ist die Entwicklung neuer Produkte immer schwieriger, denn der scharfe Wettbewerb hat den Markt zunehmend zersplittert und die ansprechbaren Marktsegmente verkleinert. Um Produkte nicht am Markt vorbei zu entwickeln, ist die Kenntnis der latenten Bedürfnisse der Kunden von Vorteil. Was denkt, wie fühlt, was will der Kunde Oftmals wünschen sich die Kunden ein bisher noch nicht existentes Produkt und haben schon eine konkrete Neuproduktidee. Das Ziel der Marktforschung ist es, dieses verborgene Potenzial für die Unternehmen nutzbar zu machen. Dies stellt die Unternehmen vor eine außerordentliche Herausforderung. Die Generierung von Neuproduktideen stößt

Reviews

This book is really gripping and interesting. Of course, it is actually perform, still an interesting and amazing literature. You will not truly feel monotony at whenever you want of your time (that's what catalogues are for concerning when you request me).

-- **Claud Schaden**

Very good electronic book and useful one. it absolutely was writtern extremely completely and useful. You will not feel monotony at at any moment of your respective time (that's what catalogs are for relating to when you question me).

-- **Prof. Noah Zemlak DDS**