Inhaltsübersicht

Abbildungsverzeichnis 9

Tabellenverzeichnis 11

Vorwort … 13

1 Marketing und Marktforschung 21
1.1 Informationsbedarf im Marketing 21
1.2 Marktforschungsprozess 24
1.3 Marktforscher-Befragung 27
1.4 Manager-Befragung 33
1.5 Modernes Rollenverständnis des Marktforschers 39
1.6 Literatur zum Weiterlesen 44
1.7 Literaturverzeichnis 45

2 Schriftlicher Ergebnisbericht 50
2.1 Kommunikationssituation 53
2.2 Marktforscher als Redakteure 55
2.3 Ziele 55
2.4 Leseranalyse 57
2.5 Berichtsarten 62
2.6 Merkmale eines guten Ergebnisberichts 66
2.7 Elemente eines Ergebnisberichts 67
2.8 Layout und Struktur des Ergebnisberichts 84
2.9 Schreiben für Entscheidungsträger 90
2.10 Darstellung empirischer Daten 109
2.11 Die erste Version des Ergebnisberichts 162
2.12 Pretest des Ergebnisberichts 163
2.13 Überarbeitung und Korrektur des Ergebnisberichts 163
2.14 Verteilung des Ergebnisberichts 168
2.15 Nachbereitung des Ergebnisberichts 169
2.16 Exkurs: Erfolgreicher Umgang mit Schreibblockaden 170
2.17 Experteninterview: Schreibkompetenz 175
2.18 Fazit und Ausblick 179
2.19 Checkliste: Schriftlicher Ergebnisbericht 180
2.20 Literatur zum Weiterlesen 181
2.21 Literaturverzeichnis 182

3 Die mündliche Präsentation ... 190
3.1 Typische Fehlerquellen bei einer mündlichen Präsentation ... 191
3.2 Kommunikationssituation ... 192
3.3 Marktforscher als Referenten ... 193
3.4 Ziele der Präsentation: Informieren und/oder überzeugen? ... 194
3.5 Zuhöreranalyse ... 197
3.6 Präsentationsarten ... 200
3.7 Drehbuch ... 201
3.8 Präsentationsmaterial ... 204
3.9 Kleidung ... 225
3.10 Experteninterview: Kleidung ... 231
3.11 Die eigene Körpersprache gezielt einsetzen ... 236
3.12 Experteninterview: Körpersprache ... 257
3.13 Die Stimme schonend und erfolgswirksam einsetzen ... 260
3.14 Generalprobe – oder die Probe aufs Exempel ... 268
3.15 Präsentationssituation ... 271
3.16 Experteninterview: Knigge ... 296
3.17 Dokumentation der Ergebnisse ... 299
3.18 Nachbereitung der Präsentation – Feedback ... 299
3.19 Exkurs: Erfolgreicher Umgang mit Lampenfieber ... 302
3.20 Experteninterview: Präsentationskompetenz ... 313
3.21 Fazit und Ausblick ... 316
3.22 Checkliste: Mündliche Präsentation ... 317
3.23 Literatur zum Weiterlesen ... 318
3.24 Literaturverzeichnis ... 319

4 Internationale Präsentation ... 325
4.1 Kommunikationssituation ... 325
4.2 Interkulturelle Besonderheiten und Teilnehmeranalyse ... 326
4.3 Vorbereitung ... 328
4.4 Präsentationsablauf ... 331
4.5 Nachbereitung der Präsentation ... 345
4.6 Dokumentation der Präsentation ... 346
4.7 Exkurs: Erfolgreicher Umgang mit Sprachproblemen ... 346
4.8 Experteninterview: Sprachkompetenz ... 348
4.9 Fazit und Ausblick ... 350
4.10 Checkliste: Internationale Präsentation ... 351
4.11 Literatur zum Weiterlesen ... 352
4.12 Literaturverzeichnis ... 353

5 Virtuelle Präsentation ... 357
5.1 Kommunikationssituation ... 359
5.2 Teilnehmeranalyse ... 362
5.3 Kompetenzen eines Online-Moderators ... 363
5.4 Web-Konferenzlösungen ... 364
5.5 Vorbereitung ... 365
5.6 Präsentationsablauf ... 369
5.7 Nachbereitung der Präsentation ... 375
5.8 Dokumentation der Präsentation ... 376
5.9 Exkurs: Erfolgreicher Umgang mit technischen und anderen Problemen ... 376
5.10 Experteninterview: Web-Konferenz ... 379
5.11 Fazit und Ausblick ... 383
5.12 Checkliste: Virtuelle Präsentation ... 384
5.13 Literatur zum Weiterlesen ... 385
5.14 Literaturverzeichnis ... 386

6 Ergebnisworkshop ... 390
6.1 Die Idee des Ergebnisworkshops ... 390
6.2 Kommunikationssituation ... 392
6.3 Teilnehmeranalyse ... 393
6.4 Moderator ... 402
6.5 Moderationsmaterialien ... 409
6.6 Moderationsmedien ... 412
6.7 Moderationsablauf ... 422
6.8 Moderationstechniken ... 438
6.9 Nachbereitung des Ergebnisworkshops ... 469
6.10 Dokumentation des Ergebnisworkshops ... 471
6.11 Experteninterview: Moderationskompetenz ... 477
6.12 Fazit und Ausblick ... 478
6.13 Checkliste: Ergebnisworkshop ... 479
6.14 Literatur zum Weiterlesen ... 480
6.15 Literaturverzeichnis ... 481

7 Kommunikation von Marktforschungsergebnissen im Intranet und Extranet ... 485
7.1 Kommunikationssituation ... 489
7.2 Zusammenarbeit mit der Intranet-/Extranetredaktion ... 490
7.3 Mitarbeiteranalyse ... 492
7.4 Gestaltung der Kommunikationsformen ... 495
7.5 Verbreitung der Marktforschungsergebnisse ... 499
7.6 Experteninterview: Intranet-Usability ... 504
7.7 Fazit und Ausblick ... 505

7.8 Checkliste: Intranet ... 507
7.9 Literatur zum Weiterlesen ... 508
7.10 Literaturverzeichnis ... 509

8 Kommunikation von Marktforschungsergebnissen im Internet ... 513
8.1 Kommunikationssituation ... 513
8.2 Zusammenarbeit mit Ihrem Auftraggeber ... 514
8.3 Nutzeranalyse ... 515
8.4 Ziele ... 515
8.5 Best-Practice-Beispiele ... 516
8.6 Verbreitung der Marktforschungsergebnisse ... 522
8.7 Experteninterview: Internetkompetenz ... 526
8.8 Fazit und Ausblick ... 528
8.9 Checkliste: Internet ... 529
8.10 Literatur zum Weiterlesen ... 529
8.11 Literaturverzeichnis ... 530

9 Trends ... 533
9.1 Social Media ... 533
9.2 Interaktive Whiteboards ... 535
9.3 Business Intelligence ... 538
9.4 Literaturverzeichnis ... 541

http://www.springer.com/978-3-8349-3225-9

Marktforschungsergebnisse zielgruppengerecht kommunizieren
Ergebnisberichte - Präsentationen - Workshops
Magerhans, A.; Merkel, T.; Cimbalista, J.
2013, XVIII, 526 S. 60 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-8349-3225-9