

Zielgruppenforschung - Marktsegmentierung, Qualitative Typologie, Potentialanalysen, Trendstudien, 50plus Forschung

Zielgruppenforschung

Nah am Kunden und weit voraus - Motive erkennen, Entscheidungen treffen

Unsere Leistungen im Überblick:

- **Marktsegmentierung**
[Der Königsweg zum Zielgruppenmarketing](#)
- **Qualitative Typologien**
[Facetten des Kundenverhaltens prägnant beschreiben](#)
- **Potenzialanalyse**
[Absatzchancen im Vorfeld bewerten](#)
- **Trendstudien**
[Wandel antizipieren und rechtzeitig agieren](#)
- **50plus-Forschung**
[Eine wachsende Bevölkerungsgruppe im Fokus des Marketings](#)

In einer pluralistischen und individualisierten Gesellschaft reichen klassische demografische Kriterien der Zielgruppenforschung für die Zielgruppenbestimmung nicht mehr aus. Lebensstile und Einstellungen prägen das Konsummuster stärker als Variablen wie Alter und Herkunft. Um dem "hybriden Verbraucher" gerecht zu werden, müssen Kundentypologien markt- und situationsabhängig gebildet werden. Nur wer in der Lage ist, die Zielgruppe für seine Produkte und Dienstleistungen klar zu definieren, hat die Möglichkeit, seine Marketingmaßnahmen effektiv zu gestalten und Streuverluste zu minimieren.

So unterstützt Sie phaydon

Unsere Spezialisten im Bereich **Zielgruppenforschung** helfen Ihnen bei der Bestimmung Ihrer Käuferschaft und ermitteln Zielgruppen-Potenziale, die diese Gruppen bieten. Wir beraten Sie in der marktspezifischen Definition Ihrer Zielgruppen und in der optimalen Adaption von Produktgestaltung und kommunikativen Maßnahmen an die Wünsche und Bedürfnisse Ihrer Kunden.

© phaydon | research+consulting 2004-2010 www.phaydon.de

