Bedarfsforschung

Informationen über tatsächliche oder potenzielle Nachfrager

Quantitative Marktforschung (Tatsachenforschung)		Qualitative Marktforschung (Meinungs- und Motivforschung)		
Marktgröße	**Nachfrage-struktur**	**Kaufmotive**	**Konsum-gewohnheiten**	**Nutzenerwar-tung**
• Zahl der Nachfrager • Einkommens-verhältnisse • Kaufkraft	• Alter • Geschlecht • Wohnort (Stadt/Land) • Soziale Stel-lung • Ausbildungs-niveau • Familien-stand	• wirtschaftli-che • psychologi-sche • soziologische	• Mode • Markentreue	• Grundnutzen • Zusatznutzen

© N. Böing - www.nboeing.de