

VORBEREITUNG EINER MARKTANALYSE

Der Verein sollte seine Marketingziele im Blick behalten und sich auf Informationen beschränken, die dafür benötigt werden. Die Übersicht zeigt Ihnen, was Sie bedenken sollten, bevor Sie eine Marktanalyse starten.

Grundsätzliche Fragen	Worauf Sie achten sollten	Ihre Anmerkungen
Was ist Gegenstand der Untersuchung?	Definieren Sie genau, was Sie analysieren wollen.	
Wie soll analysiert werden?	Welche Sekundärdaten helfen Ihnen weiter? Wie erheben Sie Primärdaten, zum Beispiel durch schriftliche oder mündliche Befragung?	
Aus welchem Grund wird die Analyse durchgeführt?	Wenn Sie die Gründe beschreiben, wird deutlicher, welche Ziele die Analyse verfolgen soll.	
Welches Ziel verfolgt die Analyse?	Je genauer Sie das Ziel beschreiben, desto effektiver analysieren Sie.	
Welche Zielgruppe soll untersucht werden?	Infrage kommen Zielgruppen im Verein, aber auch externe, zum Beispiel potenzielle Mitglieder.	
Welche Merkmale sollen untersucht werden?	In Betracht kommen zum Beispiel <ul style="list-style-type: none"> • Beiträge • Maßstäbe für die Qualität von Leistungen • Orte der Leistungserbringung 	
Wer ist wofür verantwortlich?	Beziehen Sie mindestens ein Vorstandsmitglied in die Verantwortung ein.	



DANKE!

SPORT BRAUCHT DEIN EHRENAMT.

<p>In welchem Zeitraum soll die Untersuchung durchgeführt werden?</p>	<p>Ohne Vorgaben ufern Projekte oft aus.</p>	
---	--	--



DANKE!

SPORT BRAUCHT DEIN EHRENAMT.