

CORONAVIRUS

INFO-SERVICE FÜR BETRIEBE



Werbung und Marktkommunikation - Tirol

Markt- und Meinungsforscher

Tätigkeitsprofil von Markt- und Meinungsforschern

Gewerbewortlaut entsprechend der Bundeseinheitlichen Liste der freien Gewerbe: **Markt- und Meinungsforschung**

Alternative Bezeichnungen

Datenanalystin/Datenanalyst, Marktforschungsinstitut, Meinungsforschungsinstitut oder Marktforschungsagentur, Motivforscherin/Motivforscher, Trendforscherin/Trendforscher

Definition

Markt- und Meinungsforscher ermitteln mithilfe wissenschaftlicher Methoden Entscheidungshilfen für Unternehmen und Organisationen, oft in Zusammenhang mit geplanten oder bereits durchgeführten Kommunikationsmaßnahmen. Markt- und Meinungsforscher bedienen sich aller Methoden der betriebswirtschaftlichen, volkswirtschaftlichen und psychologischen Marktforschung, der Meinungsforschung und der empirischen Sozialforschung.

Häufige Tätigkeitsbereiche für Markt- und Meinungsforschung sind: Markttests, Standortanalysen, Imageuntersuchungen, Handelsbefragungen, politische Meinungsforschung, repräsentative Bevölkerungs- und Zielgruppen-Studien, Mehrthemen-(Omnibus-)Befragungen, Mall- und Store-Tests, Medienreichweitenstudien und Medienforschung, Straßen- und Betriebsbefragungen, Werbemitteltests, Motivforschung, Neuromarketing, psychologische Grundlagenstudien und Trendanalysen.

Haupttätigkeiten

Beratung und Planung, insbesondere Problemanalyse, Erstellung von Marktforschungskonzepten, Entwicklung und Modifikation von Erhebungsmodellen und Projektkonzeption.

Durchführung und Datenerhebung, insbesondere in Form von Tests, empirischen Untersuchungen, qualitativen und quantitativen Interviews, Focus-Gruppen und Peergroups, Face-to-Face- und Telefonumfragen, Online-Erhebungen und Fragebogen.

Auswertung, Daten- und Kennzahlenanalyse inklusive Interpretation und Präsentation der Untersuchungsergebnisse.

Nebentätigkeiten

Meist in Zusammenarbeit mit spezialisierten Partnerunternehmen: Telefonmarketing, insbesondere in Zusammenhang mit

Kundenzufriedenheitsanalysen und Customer-Relationship-Management.

Reihung der Leistungsfelder
(1., 2. und 3. nach Bedeutung im jeweiligen Berufsbild)

1. Planung & Beratung	2. Organisation & Produktion	3. Kreation & Design
-----------------------	------------------------------	----------------------

Stand: 03.12.2019