Studiensteckbrief zur Studie Kundensegmentierung und Zielgruppenforschung in Deutschland

erarbeitet von:
planung & analyse, Frankfurt am Main, www.planung-analyse.de
research tools, Esslingen am Neckar, www.research-tools.net

Oktober 2011

Informationen zur Studie (1)

Sie möchten wissen ...

... wie viele Unternehmen ihre Kunden aktuell mittels einer Kundensegmentierung eingeteilt haben?
... nach welchen Segmentierungskriterien die Kunden eingeteilt werden?
... wie viele Segmente im Durchschnitt von den Unternehmen betrachtet werden?
… welche Abteilungen bei der Konzeption der Kundensegmentierung beteiligt sind?
… welche Abteilungen die Segmentierungen am häufigsten nutzen?
… wie viele Unternehmen bei Kundensegmentierungsprojekten mit externen Dienstleistern arbeiten?
… mit welcher Art von Dienstleistern zusammengearbeitet wird, wie zufrieden man mit ihnen ist?
… worauf bei der Wahl des Anbieters geachtet wird?
… wann die Unternehmen die letzte Kundensegmentierung durchgeführt haben?
… wer den Anstoß für die letzte Segmentierung gab und welche Methoden eingesetzt wurden?
... welche Auswirkungen diese letzte Segmentierung hatte?
… welche Segmentierungs-Aktivitäten für die Zukunft geplant sind?

… wie das letzte zielgruppenspezifische Marktforschung-Projekt der Unternehmen aussah?
… welche Themen, Zielgruppen im Vordergrund stehen und welche Methoden eingesetzt wurden?
… wer den Anstoß dazu gab und welche Art von Dienstleister dafür beauftragt wurde?

... wie viele Projekte die Anbieter in den Bereichen Kundensegmentierung und Zielgruppenforschung durchschnittlich pro Jahr realisieren?
… wie die Anbieter die zukünftige Entwicklung dieser Bereich einschätzen?
... welche Trends und Herausforderungen und innovative Ansätze die Anbieter sehen?

Informationen zur Studie (2)

Für diese Studie wurden 61 Großunternehmen aus unterschiedlichen Branchen in Deutschland zu folgenden Punkten befragt:

- Kundensegmentierungs-Projekten und die daran beteiligten Abteilungen.
- Eigenschaften die bei der Wahl des Anbieters für Kundensegmentierungs- und Zielgruppenforschungs-Projekte eine Rolle spielen.
- Trends und zukünftige Herausforderungen in diesen Bereichen.
- Einschätzungen zum Entwicklungspotenzial dieser Bereiche.
- Zusätzlich werden zehn Mustersegmentierungen der befragten Unternehmen vorgestellt.

Für diese Studie wurden 48 deutschsprachige Anbieter von Kundensegmentierungs- und Zielgruppenforschungs-Leistungen zu folgenden Punkten befragt:

- Anzahl der durchgeführten Kundensegmentierungs- und Zielgruppenforschungs-Projekte.
- Schwerpunkte, Kriterien und Kosten solcher Projekte aus Anbietersicht.
- Schwierigkeiten und Herausforderungen bei der Segmentierung.
- Innovative Ansätze, Trends und zukünftige Entwicklungen in den Bereichen Kundensegmentierung und Zielgruppenforschung.
- Aus den letzten abgeschlossenen Projekten im Bereich Kundensegmentierung werden sechs Musterprojekte vorgestellt.
- Ausführliche Anbieterprofile von 55 Anbietern runden die Anbieterseite ab.

Inhaltsverzeichnis

- Inhalt
- Management Summary
- Forschungsdesign
- Kundensegmentierung und Zielgruppenforschung aus Nachfragersicht
  - Die aktuelle Segmentierung, Herausforderungen und Trends

    Vorhandensein einer aktuellen Kundensegmentierung, Segmentierungskriterien der aktuellen Kundensegmentierung, Anzahl der angewendeten Segmentierungskriterien, Anzahl der Kundensegmente, an Kundensegmentierung beteiligte Abteilungen, Ziele der Segmentierung sortiert nach Wichtigkeit, Herausforderungen im Bereich Kundensegmentierung, Trends im Bereich Kundensegmentierung
  - Die zuletzt durchgeführte Kundensegmentierung

    Zeitpunkt (Jahr) der zuletzt durchgeführten Kundensegmentierung, Einsatz von Marktforschungsmethoden, Eingesetzte Methoden, aus der Kundensegmentierung resultierende Änderungen, Anstoß zur zuletzt durchgeführten Kundensegmentierung, Nächste Kundensegmentierung innerhalb von 24 Monaten, Gründe die gegen Kundensegmentierung innerhalb von 24 Monaten sprechen
  - Die Umsetzung in operative Marketingmaßnahmen, konkrete Mustersegmentierungen

    Einsatz von zielgruppenspezifischen Marketingmaßnahmen, Zukünftige Entwicklung segmentspezifischen Ansprache im Marketing, Mustersegmentierungen
  - Die Marktforschung in der Zielgruppe

    Zielgruppenspezifische Marktforschungs-Projekte, Jahr der Durchführung des letzten Zielgruppen-Marktforschungsprojekts, Zielgruppen die beim letzten Zielgruppen-Marktforschungsprojekt befragt wurden, Thema des letzten Zielgruppen-Marktforschungsprojekts, Anstoß zum letzten Zielgruppen-Marktforschungsprojekt, beim letzten Zielgruppen-Marktforschungsprojekt eingesetzte Methoden, Beauftragung von Dienstleister für letztes Zielgruppen-Marktforschungsprojekt, Anzahl Zielgruppen-Marktforschungsprojekte im Vergleich zu Vorjahren, Schwierigkeiten bei Zielgruppen-Marktforschungsprojekten, Zukünftige Entwicklung der Anzahl von Zielgruppen-Marktforschungsprojekten, Gründe, die gegen Zielgruppen-Marktforschungsprojekte sprechen

Inhaltsverzeichnis

- Die Zusammenarbeit mit Dienstleistern

  Zusammenarbeit mit Dienstleister, Eigenschaften sortiert nach Wichtigkeit, Zufriedenheit mit momentanem Dienstleister, Gegenüberstellung der Stärken und Schwächen der Dienstleister

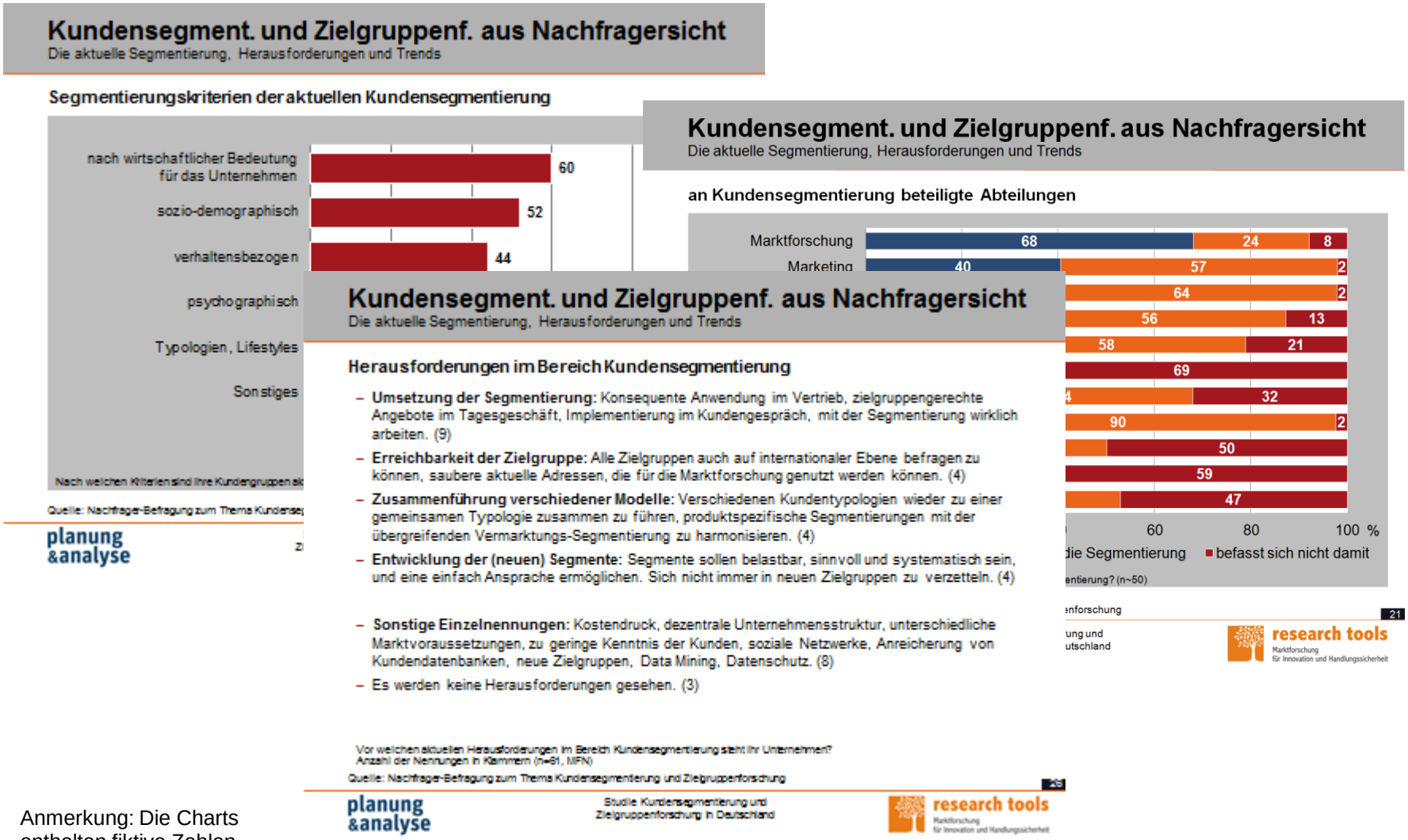
- Kundensegmentierung und Zielgruppenforschung aus Anbietersicht
  - Kundensegmentierung: Aktueller Stand, Trends, Herausforderungen und Musterprojekte

    Anzahl der im Jahre 2010 durchgeführten Projekte – Kundensegmentierung, Anstieg der Anzahl der Projekte im Bereich Kundensegmentierung, Schwierigkeiten im Bereich Kundensegmentierung, Einschätzung zur zukünftigen Entwicklung der Projekte im Bereich Kundensegmentierung, Innovative Ansätze/ aktuelle Trends/ News im Bereich Kundensegmentierung, Allgemeine aktuelle Marktforschungstrends, Branche des letzten Kundensegmentierung-Projekts, Art des letzten Kundensegmentierung-Projekts, Kriterien nach denen beim letzten Projekt segmentiert wurde, Gesamtkosten des letzten Kundensegmentierung-Projekts, Musterprojekte Kundensegmentierung
  - Zielgruppenforschung: Aktueller Stand, Trends, Herausforderungen und Musterprojekte

    Anzahl der im Jahre 2010 durchgeführten Projekte – Zielgruppenforschung, Schwierigkeiten im Bereich Zielgruppenforschung, Entwicklung der Anzahl der Projekte im Bereich Zielgruppenforschung, Einschätzung zur zukünftigen Entwicklung der Projekte im Bereich Zielgruppenforschung, Innovative Ansätze/ aktuelle Trends/ News im Bereich Zielgruppenforschung, Branche des letzten Zielgruppenforschungs-Projekts, Art des letzten Zielgruppenforschungs-Projekts, Kriterien nach denen beim letzten Projekt ausgewählt wurde, Gesamtkosten des letzten Zielgruppenforschungs-Projekts, Musterprojekte Zielgruppenforschung
  - Anbieterübersicht und Anbieterprofile

    Alle Anbieter (55) in alphabetischer Reihenfolge, Full-Service-Institute (41) in alphabetischer Reihenfolge, Andere Institute (14) in alphabetischer Reihenfolge, Anbieterprofile
- Literatur
- Kontakt

Beispielseiten (1)



Anmerkung: Die Charts enthalten fiktive Zahlen

Beispielseiten (2)

Kundensegment. und Zielgruppenf. aus Nachfragersicht

Die Umsetzung in operative Marketingmaßnahmen, konkrete Mustersegmentierungen

Mustersegmentierungen

Die wichtigsten drei Zielgruppen und die Möglichkeiten der Ansprache:	
Zielgruppe 1:	Ruhestand ab 65
Ansprache per…	Radio, Außenwerb., Homepage, Flyer, Direktmarketing, Beilagen, Sponsoring
Zielgruppe 2:	Familien
Ansprache per…	Radio, Außenv… Direktmarketin…
Zielgruppe 3:	Junge Leute
Ansprache per…	Radio, Kino, A… Anzeigen, Hon… Direktmarketin… Sponsoring
Weitere Zielgruppen:	Single-Erwach… kinder, Immobi… Vermögende, …

Anzahl der Segmente	15
Angewendete Kriterien bei Segmentierung	nach w… Bedeut… Unter…

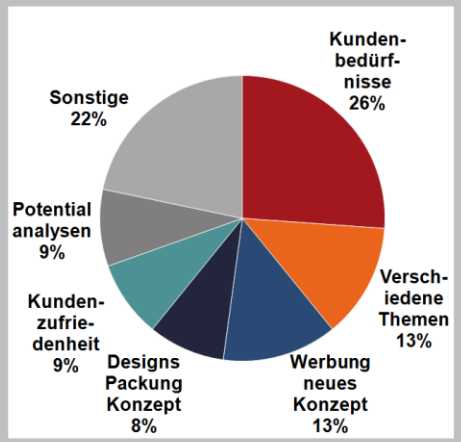
Quelle: Nachfrager-Befragung zum Thema Kundens…

planung &analyse

Kundensegment. und Zielgruppenf. aus Nachfragersicht

Die Marktforschung in der Zielgruppe

Thema des letzten Zielgruppen-Marktforschungsprojekts



26% des letzten Zielgruppen-Marktforschungsprojekts diente der Erforschung von Kundenbedürfnissen, gefolgt von Projekten mit mehreren verschiedenen Themen und (Werbe-) Konzepttests mit je 13%

Um welches Thema ging es bei diesem Zielgruppen-Marktforschungsprojekt? (n=37)

Quelle: Nachfrager-Befragung zum Thema Kundensegmentierung und Zielgruppenforschung

53

planung &analyse

Studie Kundensegmentierung und Zielgruppenforschung in Deutschland

research tools Marktforschung für Innovation und Handlungssicherheit

Kundensegment. und Zielgruppenf. aus Anbietersicht

Kundensegmentierung: Aktueller Stand, Trends, Herausforderungen und Musterprojekte

Innovative Ansätze aktuelle Trends/ News im Bereich Kundensegmentierung

- **Mehrdimensionale Segmentierungsmodelle:** Immer stärkere Differenzierung, Neue Typen, Multichannel-Kundensegmentierung. (7)
- **Segmentierungsmodelle zur Anwendung auf Kundendatenbanken:** Verknüpfung von „weichen“ …undendaten. (4)
- **…erung:** Community-Forschung, Social …
- … kundenspezifischen Segmentierungen (z.B. …
- **…men:** Dialogorientierte CRM-System mit …
- …ung auf internationaler Ebene. (2)
- **…gungen:** Kombination von online und offline …
- …he Verfahren. (2)
- *…eiden Seiten*
- (9)

…eich Kundensegmentierung?

…enforschung,

75

…tierung und Deutschland

research tools Marktforschung für Innovation und Handlungssicherheit

Anmerkung: Die Charts enthalten fiktive Zahlen

Beispielseiten (3)

Kundensegment. und Zielgruppenf. aus Anbietersicht

Zielgruppenforschung: Aktueller Stand, Trends, Herausforderungen und Musterprojekte

Musterprojekte Zielgruppenforschung

Zielgruppe:	Seher und Nicht-Seher eines TV-Formats (Lebenswelten der 45 – 60-jährigen)	Frauen im Alter von 18-45 mit einer Affinität für das Fashion S… Auftraggebers…
Methode:	– Morphologische Forschung + Tiefenpsychologische Home Interviews – InsightArt Phantomskribbling (Ideen + innere Vorstellungsbilder wurden durch prof. Des… – Ergebnisse: Ve… Welten und –Bi…	– Fokusgruppen zur Aufde… Verwendungsmotiven, -a… Treibern der Kaufentsch… – Ableitung eines standard… Erhebungsinstruments ir…
Kriterien:	– verhaltensbezo…	
Art:	Neues Projekt	
Branche:	TV	
Projektkosten:	10 - 20 T€	

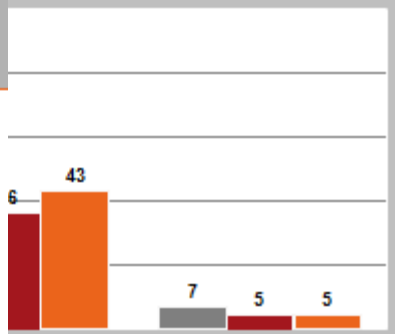
Quelle: Anbieter-Befragung zum Thema Kundensegme…

planung &analyse

Kundensegment. und Zielgruppenf. aus Anbietersicht

Zielgruppenforschung: Aktueller Stand, Trends, Herausforderungen und Musterprojekte

Anstieg der Anzahl der Projekte im Bereich Zielgruppenforschung



Anbieterprofil

produkt+markt

Kontakt- und Firmendaten:

Firma:	Produkt + Markt		
Ansprech-partner/ Email:	K. Herbert, kgherbert@produktundmarkt.de Katja Bergmann, kbergmann@produktundmarkt.de		
Homepage:	www.ProduktundMarkt.de		
Firmentyp:	Full-Service-Institut		
gegründet:	1973	Verbandsmit-gliedschaften:	ADM, BVM, ESOMAR, EphMrA, DGOF, DMV, WIN
Mitarbeiter:	110		

Erfahrung in Segmentierung/ Zielgruppenforschung:

Kundensegmentierung:	
Branchenerfahrungen: Agribusiness, B2B, Energie, Healthcare, Animal Health, Finanzdienstleistungen, FMCG, Telekommunikation	Referenzen: Führende Pharmaunternehmen Verlage
Zielgruppenforschung:	
Branchenerfahrungen: Siehe oben	Referenzen: Siehe oben

Stärken im Bereich Segmentierung/ Zielgruppenforschung:

Spezielle/ eigene Produkte oder Methoden (Analyseverfahren, Software etc.)	
Kunden-segmentierung	doc.profiler/vet.profiler/ patient.profiler/agri.profiler Wechslerstudie (www.wechslerstudie.de)
Zielgruppen-forschung	AlasCa… (Benefit Segmentation)
Weitere USPs	
Kunden-segmentierung	Integration von Persönlichkeits-profilen + produkt/-service-bezogenen Bewertungen (ganzheitlicher Ansatz)
Zielgruppen-forschung	angepasst an Verwendung: kundenspezifische Adaptation des Ansatzes, Anbindung an CRM-Daten

planung &analyse

Studie Kundensegmentierung und Zielgruppenforschung in Deutschland

research tools Marktforschung für Innovation und Handlungssicherheit

Anmerkung: Die Charts enthalten fiktive Zahlen

Bestellformular

FAX: +49 (0)711 - 55090384

Auftragnehmer:
(stellvertretend für die Herausgeber planung&analyse, research tools)
research tools
Herrn Dipl.-Kfm. Uwe Matzner, Marktforscher BVM
Martinstraße 42-44
73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir die Studie Kundensegmentierung und Zielgruppenforschung in Deutschland zum Preis in Höhe von 500 EUR zzgl. MwSt.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

Position/Funktion: _____

E-Mail: _____

Unterschrift: _____

Datum/Ort: _____ _____

Kontakt

Dr. Gwen Kaufmann
Chefredakteurin und Objektleitung
planung & analyse

Telefon: +49 (0) 69-7595-2019
Fax: +49 (0) 69-7595-2017
E-Mail: gwen.kaufmann@planung-analyse.de

Deutscher Fachverlag GmbH
Mainzer Landstrasse 251
60326 Frankfurt am Main
www.planung-analyse.de
www.dfv.de

Dipl.-Kfm. Uwe Matzner
Geschäftsführer, Marktforscher BVM
Lehrbeauftragter für Markt- und Trendforschung

Telefon: +49 (0)711 55090381
Fax: +49 (0)711 55090384
E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools
Martinstraße 42-44
73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

planung & analyse ist die renommierte Fachzeitschrift für Markt-, Media- und Werbeforschung im deutschsprachigen Raum.

research tools ist der Spezialist für innovative Marktforschungsinstrumente zum Erfassen, Verstehen und Bewerten von Marketingmaßnahmen