



Sehr geehrte Damen und Herren,

wir sind in letzter Zeit wiederholt gefragt worden, ob wir ein Seminar zu Methoden und Erkenntnissen der Käuferforschung anbieten könnten.

Diese Anregung greifen wir gerne auf, zumal wir uns seit vielen Jahren in Studien und Seminaren zum Category Management mit Frage-

stellungen und Methoden zur Erforschung des Kundenverhaltens befassen.

Das Ergebnis ist unser Seminar **Shopper Research und Shopper Insights**.

An 1½ Tagen gehen wir auf Fragen zum Kundenverhalten in der Einkaufsstätte ein, diskutieren Instrumente, die sich eignen, um die erforderlichen Daten zu erheben und zu analysieren, und stellen die Ergebnisse solcher Untersuchungen vor.

Wir wollen nicht nur zeigen, wie man Wissen über die Kunden erlangen kann, wir wollen auch zeigen, welche Fehler man vermeiden sollte und welche Instrumente weniger gut geeignet sind.

Um genügend Zeit für Diskussionen zu haben, begrenzen wir die Zahl der Teilnehmer auf 12.

Die Teilnehmer erhalten ein **Universitätszertifikat**.

Wir freuen uns, Sie demnächst in Essen begrüßen zu dürfen.

Ihr

Prof. Dr. Hendrik Schröder

INHALT

Der Einkaufsprozess der Kunden – vor, während und nach dem Kauf

- Die Fragestellungen im Überblick
- Die Definition und Operationalisierung von theoretischen Konstrukten
- Die Arten und Quellen von Daten

Shopper Insights – Die Themen

- Abgrenzung von Warengruppen
- Suchverhalten
- Plan- und Impulskäufe
- Verbundkäufe
- Out of Stocks
- Shopper Confusion
- Convenience
- Bewertung von Kunden

Shopper Research – Die Methoden

- Gruppendiskussionen
- Befragungen
- Sortierverfahren
- Methoden der Beobachtung (insb. Videobeobachtung, Eyetracking)
- Testdesigns (Labor- und Feldforschung)
- Data Mining
- Gütekriterien von Erhebungen

Sie erfahren u.a.,

- welche Methode sich für welche Frage eignet,
- was man aus Beobachtungen tatsächlich lernen kann,
- warum man sich für manche Untersuchungen mehr Zeit nehmen sollte.

REFERENT

Prof. Dr. Hendrik Schröder

Lehrstuhl für Marketing & Handel,
Leiter des Forschungszentrums für Category Management, Universität Duisburg-Essen

VERANSTALTUNGSORT

Mintrops Stadt Hotel Margaretenhöhe

Steile Straße 46
45149 Essen
Tel.: 0201-4386-0

VERANSTALTUNGSZEITEN

Tag 1: 10.00 – 18.00 Uhr

Tag 2: 09.00 – 13.00 Uhr

ZIMMERRESERVIERUNG

Für die Veranstaltung steht im Hotel Margaretenhöhe ein **Zimmerkontingent** zur Verfügung. Bitte beziehen Sie sich bei Ihrer Buchung auf das Seminar Shopper Research und Shopper Insights. Die Ruhr Campus Academy unterstützt Sie gerne bei der Zimmerbuchung (Tel.: 0201-183-7340).

WEITERE INFORMATIONEN

Dipl.-Kffr. Ina Druwen

Lehrstuhl für Marketing & Handel
Universität Duisburg-Essen, Campus Essen
ina.druwen@uni-due.de
Tel.: 0201-183-4025



Seminar der
Universität Duisburg-Essen

SHOPPER RESEARCH UND SHOPPER INSIGHTS

METHODEN, ERKENNTNISSE UND TIPPS

25. und 26. Mai 2011
in Essen

TEILNAHMEBEDINGUNGEN

Teilnahmegebühr:

690 € pro Person

Enthalten sind Arbeitsunterlagen, Getränke und Mittagessen. Die Anmeldung erfolgt über die Ruhr Campus Academy (RCA) gGmbH im Auftrag der Universität Duisburg-Essen.

Die Zahlung ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Programmänderungen oder Absetzen der Veranstaltung bleiben vorbehalten. Bereits geleistete Gebühren werden bei Absetzen der Veranstaltung erstattet. Weitere Ansprüche seitens der Teilnehmer bestehen nicht.

Nach Abschluss der Veranstaltung erhalten Sie ein Zertifikat der Universität Duisburg-Essen.

Schriftliche Stornierung:

Bis zu 2 Wochen vor Veranstaltungsbeginn wird eine Verwaltungsgebühr in Höhe von 20,00 € erhoben, die restlichen Gebühren werden erstattet.

Bei späterer Stornierung oder Nichterscheinen am Veranstaltungstag erfolgt keine Erstattung. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.

Hiermit melde ich mich für das Seminar „Shopper Research und Shopper Insights“ der Universität Duisburg-Essen am 25. und 26. Mai 2011 an.

RECHNUNGSANSCHRIFT

Name _____ Telefon _____ Firma _____

Vorname _____ Fax _____ Straße _____

Titel _____ Email _____ PLZ _____

Position _____ Homepage _____ Ort _____

Datum, Unterschrift _____