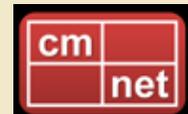




Methoden,
Erkenntnisse
& Tipps

UNIVERSITÄT
DUISBURG
ESSEN

Offen im Denken



Forschungszentrum für
Category Management

Ruhr Campus Academy
(RCA) gGmbH

Shopper Research & Shopper Insights

Seminar für die Praxis
am 11. und 12. März 2015 in Essen

Teilnahmebedingungen

Teilnahmegebühr: 990,- € 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.

Anmeldung per Post oder Fax an:
Ruhr Campus Academy gGmbH
Universitätsstraße 2
45141 Essen
Fax: 0201 - 183 73 92

Online-Anmeldung:
Website: cm-net.wiwi.uni-due.de
E-Mail: web.CM-NET@wiwi.uni-due.de

*Bitte melden Sie sich bis spätestens
11. Februar 2015 an.*

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 verbindlich für das Seminar „Shopper Research und Shopper Insights“ der Universität Duisburg-Essen am 11. & 12.03.2015 an.

Name	Tel.	Firma
Vorname	Fax	Straße
Titel	E-Mail	PLZ
Position	Homepage	Ort

X

Datum, Unterschrift

Sehr geehrte Damen und Herren,



das Interesse an den Themen Shopper Research, Shopper Insights und Shopper Marketing hat in der letzten Zeit deutlich zugenommen.

Als universitäre Einrichtung wollen wir hierzu unseren Beitrag leisten und Ihnen ein Seminar zu Methoden und Erkennt-

nissen der Käuferforschung anbieten.

An zwei 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.

Das Seminar verbindet zielorientiert Praxis und Wissenschaft. 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 eine Teilnahmebescheinigung der Universität.

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

Ihr

Prof. Dr. Hendrik Schröder

Inhalt

Shopper Insights – Die Themen

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

Shopper Research – Die Methoden

- Arten und Quellen von Daten
- Gruppendiskussionen
- Befragungen
- Sortierverfahren (Mapping)
- 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

Veranstaltungszeiten & -ort

Tag 1: 10.00 – 18.00 Uhr

Tag 2: 09.00 – 16.00 Uhr

Mintrops Stadt Hotel Margarethenhöhe
Steile Straße 46
45149 Essen

Tel.: 0201-4386-0

Zimmerreservierung: Für die Veranstaltung steht im Hotel Margarethenhöhe ein Zimmerkontingent zur Verfügung. Bitte beziehen Sie sich bei Ihrer Buchung auf das Seminar Shopper Research.

Die Ruhr Campus Academy unterstützt Sie gerne bei der Zimmerbuchung (Tel.: 0201-183-7340).

Weitere Informationen

Dipl.-Kffr. Anna-Lena Lauber

Lehrstuhl für Marketing & Handel
Universität Duisburg-Essen, Campus Essen

anna-lena.lauber@uni-due.de

Tel.: 0201-183-2287

cm-net.wiwi.uni-due.de