

## 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

M. Sc. Daniel Jäger

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

daniel.jaeger.wiwi@uni-due.de

Tel.: 0201-183-3378

cm-net.wiwi.uni-due.de



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 30. September und 1. Oktober 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](http://cm-net.wiwi.uni-due.de)  
E-Mail: [web.CM-NET@wiwi.uni-due.de](mailto:web.CM-NET@wiwi.uni-due.de)

*Bitte melden Sie sich bis spätestens  
2. September 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 30.09. & 1.10.2015 an.

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

X

Datum, Unterschrift