

Brauchen wir noch eine Marktforschung?

In fast jedem Unternehmen gibt es eine Vielzahl an Studien zu den unterschiedlichsten Themen und Fragestellungen. Aber wo? Oft schlummern Studienergebnisse irgendwo in der Schublade und verstauben, weil es z.B. keinen einheitlichen Ablageort gibt, oder der/die damalige Ansprechpartner/in nicht mehr im Unternehmen ist.

Bevor man erneut Geld in eine neue Marktforschung investiert, wäre es nicht hilfreich, erst einmal zu prüfen, welches Wissen bereits vorhanden ist?



Ein **Nachschatzwerk**, in dem die **wichtigsten Insights** zu Kategorie, Marke, Zielgruppen, Mediennutzung, Shopperverhalten, Touchpoints u.ä. enthalten sind, ist hilfreich für nahezu jeden Mitarbeiter. Eine zusätzliche **Systematisierung nach Bedarfsträgern** verspricht eine hohe Nutzungswahrscheinlichkeit. Während für das Marketing zum Beispiel Informationen zu Zielgruppen und KPIs wie die Markenbekanntheit wichtig sind, sucht der Vertrieb und das Category Management verstärkt nach Informationen und Argumenten zum Kaufverhalten und der optimalen Platzierung von Kategorie und Marke.

Die Etablierung einer internen Wissensdatenbank ist ein gutes Mittel **Mehrwert fürs eigene Unternehmen** zu schaffen und das bereits investierte Marktforschungsbudget langfristig und nachhaltig zu nutzen. Auch die Einarbeitung neuer Mitarbeiter wird damit vereinfacht.

Ob als PowerPoint, via Intranet – die Möglichkeiten sind vielfältig. Für einen langfristigen Erfolg ist lediglich wichtig, dass die Plattform leicht zu aktualisieren ist. Denn eine **regelmäßige Pflege**, d.h. neu gewonnene Insights aufnehmen, ggf. überholte Inhalte löschen, ist das A&O dabei.

Um das Tool zum Leben zu erwecken sind neben einer Einführungsschulung **regelmäßige Updates und Informationen** dazu unabdingbar. Die Erfahrung zeigt: Wenn die Nutzer regelmäßig damit in Berührung kommen und die Inhalte step by step vermittelt werden, besteht eine große Chance, dass die Plattform schnell akzeptiert und aktiv im Arbeitsalltag genutzt wird.

Sonja Weldishofer

s.weldishofer@nymphenburg.de

CM-Expertin Gruppe Nymphenburg Consult AG