



Ausgabe Nummer 1 unseres Newsletters:

Mit ihm möchten wir - angelehnt an den Rhythmus der Jahreszeiten – vierteljährlich einen Spot auf Innovatives, Ereignisreiches und Anekdoten rund um FACIT richten.

Viel Spaß bei der Lektüre wünschen Ihnen



Patrick Rudloff
Geschäftsführer



Katrin Meyer-Schönherr
Geschäftsführerin

Inhaltsübersicht:

[FACIT beim 36. Münchner Marketing Symposium](#)

[FACIT auf dem Innovationstag](#)

[Marketing im Wandel](#)

[Aktuelle Studien](#)

FACIT beim 36. Münchner Marketing Symposium



Das 36. Münchner Marketing-Symposium der LMU

Ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte - das war unser Motto auf der diesjährigen FMCG-Tagung an der LMU München (Gastgeber Prof. Anton Meyer), einer der wichtigsten Veranstaltungen der Branche. FACIT war, wie auch in den vergangenen Jahren, mit einem Stand vertreten. Im Fokus stand dabei unser bildgestütztes Verfahren der FACIT Black Box zur offensiven Weiterentwicklung von Markenimages, das wir dieses Mal in Form eines anschaulichen Kurzfilms einem interessierten Publikum präsentierten.

Neugierig geworden?

Rufen Sie uns an, oder schreiben Sie uns eine E-Mail: Patrick Rudloff (Tel. 089-54 46 17 23) oder p.rudloff@facit-mafo.com

FACIT auf dem Innovationstag

Der diesjährige Innovationstag, veranstaltet bei Serviceplan, hat wieder einmal gezeigt, dass alles im Wandel ist. So auch die Rolle der Marktforschung. Die abends im P1 ausgezeichnete CMO des Jahres, Tina Müller von Henkel, zeigte in ihrem Vortrag z.B. welche Bedeutung Consumer Insights im Innovationsprozess haben und wie das Marketing sich im Idealfall auf Basis der Konsumentenbedürfnisse auch mit Produktentwicklung beschäftigt.

Ganz ganzheitlich also!



Gwyn Burr (J Sainsbury), Tina Müller (Henkel), Joseph K. Gross (Allianz)

Marketing im Wandel

Studie Marketingeffizienz

Marketingchefs – wir haben 50 Top-Entscheider im Marketing branchenübergreifend hierzu in einer qualitativen Expertenstudie befragt – beklagen, dass sie zwar ausreichend über Daten, Kennzahlen und Benchmarks verfügen, aber trotzdem nicht so gut aufgestellt sind, um den Wertschöpfungsbeitrag des Marketing transparent zu gestalten, d.h. zu verdeutlichen, welchen Beitrag das Marketing zur Zielerreichung leistet. Hier stellt sich schnell die Frage, ob die Unternehmens- und Marketingziele überhaupt sauber aufeinander abgestimmt sind. Eines haben die Marketingchefs jedenfalls vermisst: Synergien und Wirkungszusammenhänge lassen sich schwer erfassen.

Und wenn es Sie interessiert, wie unsere Unterstützung im Bereich Marketingeffizienz aussieht, dann werfen Sie doch einen Blick auf unseren Marketing-Booster auf der Startseite oder bei den Leistungen der FACIT consult.

Mehr zu unserer Studie im nächsten Newsletter

Aktuelle Studien

Unsere Spezial- und Branchenstudien beschäftigen sich in regelmäßigen Abständen mit aktuellen, strategischen Fragestellungen:

Nachhaltigkeit:

Erfolgsfaktor Nachhaltigkeit – Die große Illusion? (2010)

Handel:

„Umsatztreiber in rezessiven Zeiten.“ Studie zum Konsumentenverhalten im deutschen Einzelhandel (2009)

Der Fitmonitor des Deutschen Handels 2011 (2011)

Energie:

Erfolgreiche Positionierungsoptionen für Energieversorger (2009),

Wechseltreiber nach Kundentypen – Kundenbindung kundenwertorientiert? (2011)

Banken:

Quo vadis Banken? – Rezepte für die Zeit nach dem Crash (2009)

Mode:

Mode ist mehr als Produkt und Vertrieb. Wie entwickelt man eine faszinierende Marke? (2009)

By the way:

„Wussten sie, dass ... sich in Europa erst im 14. Jahrhundert deutlich getrennte Bekleidungsstile für Männer und Frauen ausgeprägt haben? Zuvor trugen alle Unisex.“

(Wenn Sie nähere Informationen zu einer der Studien möchten, reicht eine kurze Mail an die info@facit-mafo.com. Wir werden uns umgehend bei Ihnen melden!)

FACIT marketing-forschung.

for better insights.

Wir hoffen, es waren auch diesmal interessante Nachrichten für Sie dabei. Gerne vertiefen wir das eine oder andere Thema im persönlichen Gespräch – wir freuen uns über Ihren Anruf.

© 2010 FACIT Research GmbH & Co. KG. Diese Information ist ein kostenloser Service der FACIT Research GmbH & Co. KG, München. Sollten Sie keine Informationen mehr von FACIT Research erhalten wollen, dann klicken Sie bitte hier: [Wir nehmen Sie dann umgehend von unserem Verteiler.](#)

Impressum: FACIT Research GmbH & Co. KG, Neuhauser Straße 17, D-80331 München

Telefon +49 (0)89 / 54 46 17-0, Telefax +49 (0)89 / 54 46 17-12

info@facit-mafo.com, www.facit-mafo.com

Sitz des Unternehmens und Amtsgericht: München, HRA 79665, Geschäftsführer: Patrick Rudloff, Katrin Meyer-Schönherr