

**Analyse und Optimierung der Marktprofile,
sowie eine zielgruppenorientierte Steigerung der Bekanntheit des
Schuhhauses Tscheche zur Gewinnung neuer Kunden**

Projektpartner:

Schuhhaus Tscheche oHG
Bäckerstr. 33
32052 Herford

Projektteilnehmer:

Marc Brünger
Maximilian Nonnenkamp
Julian Wellerdiek



Projektziele:

- Ermittlung der Kundenwahrnehmungen um Optimierungsbedarfe, sofern diese vorhanden sind, der bisherigen filialbezogenen Marktprofile zu erkennen und diese bei Bedarf neu definieren zu können.
- Findung von Marketingmaßnahmen zur Steigerung der Bekanntheit und Gewinnung neuer Kunden
- Kognitive Verankerung der neu definierten Filialmarktprofile bei der potenziellen Kundschaft

Projektverlauf:

- Ermittlung der Kundenwahrnehmungen (Ist-Position)
- Soll-Ist-Vergleich
- Ermittlung von Optimierungsbedarfen der bisherigen Soll-Positionen
- Definition neuer, optimaler Marktprofile (neue Soll-Positionen)
- Erarbeitung, bzw. Ermittlung von Marketingmaßnahmen