

Entscheider brauchen Informationen

Notwendigkeit von Marktinformations-Systemen

15.05.2003 - v5

Beispiel

Warenwirtschaftssysteme

Supermarkt

zeigen Bewegung der Produkte

Informationen

verlässliche

Nachfrage

Konkurrenten

Händler

Strukturänderung

von der Industriegesellschaft zur Informationsgesellschaft

Heute arbeiten in USA 65 % mit Informationserstellung und -aufbereitung

1950: nur 17 Prozent!

Entwicklung

vor 100 Jahren:

alle persönlich bekannt

Käufer werden wählerischer:

Daten über Reaktion auf Produkte und Kaufanreize

Wirksamkeit der Kommunikation

Kotler, S. 235