

„Mehr Psychologie für die Gesellschaft – wir fordern ein Psycholog*innengesetz!“

am 06. November 2021

Steckbrief zur Veranstaltung

Veranstaltung von 11.00 bis 12.00 Uhr

Die wichtige Rolle von Psycholog*innen in der qualitativen Marktforschung

Referentin: Nicole Hanisch, Geschäftsführerin innerSense (in Gründung), langjährige Geschäftsführerin im rheingold Institut

Worum soll es gehen?

Erst über das grundlegende Verständnis der Motive und Bedürfnisse der Verbraucher lassen sich die richtigen Produkte und Kampagnen entwickeln. Durch dieses Verständnis wird es möglich, auch zukünftige Potenziale für Produkte und Dienstleistungen besser vorhersagen zu können. Dabei ist jedoch psychologisch nicht gleich logisch und rational, sondern häufig auch unlogisch, ambivalent und unbewusst. Diese komplexen psychologischen Zusammenhänge zu erfassen bedarf einer Ausbildung als Psycholog*in, der/die einen besonderen Blick für psychologische Zusammenhänge und implizite Bilder entwickelt hat.

Der qualitativ-psychologische Marktforscher unterstützt eine wichtige Schnittstelle zwischen Industriekunden, Quantitativer Marktforschung und Werbeagenturen:

- In der Zusammenarbeit mit dem Kunden ermöglicht er dem Kunden die Sichtweise der Verbraucher besser kennenzulernen.
- In der Zusammenarbeit mit der quantitativen Marktforschung erklärt er hinter den Zahlen und Häufigkeiten, warum die Verbraucher so handeln.
- Und in Kooperation mit den Agenturen liefert er anschauliche und verbraucher-relevante Ideen-Sprungbretter für die Kreation.

Wie ist die Arbeitsform?

Vortrag mit Austausch und Diskussion, Vorstellung von Fallbeispielen aus der Praxis

Ziele / Am Ende des Workshops sollen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer ...

- einen Eindruck vom Arbeitsgebiet haben,
- konkrete Erkenntnisse zu psychologischen Methoden gewonnen und
- ein Verständnis für Produkte, Marken und Dienstleistungen erlangt haben.

Kontaktadresse / Website: nicole.hanisch@googlemail.com (Unternehmen in Gründung)