

Phase 2: Festlegung der Untersuchungsziele

In der ersten Phase des Marktforschungsprozess wird zunächst **das grundlegende Problem** - das Ziel der Marktforschung **definiert** (z.B. Informationsbedarf in einer Branche).

Eine **enge Kommunikation zwischen dem Marketing-Manager und Marktforscher** ist entscheidend, um ein **klares, eindeutiges** Ziel der Marktforschung zu definieren.

Andernfalls wird ein falsches Ziel verfolgt oder '**vorbeigeforscht**'.