

# Training



## Systematische Internetrecherche

---

Effektive und effiziente Informationsbeschaffung  
über das Internet.



## Wer sind wir?

### Unser Profil

RESEARCH-FELLOWS ist ein spezialisiertes Beratungsunternehmen mit Sitz in München, das auf die Bereiche strategische Marktanalysen und Marktstudien sowie Ad Hoc Research zu Märkten und Unternehmen fokussiert ist.

Das Unternehmen wurde 2005 von Matthias Meyer gegründet, der zuvor als Consultant bei einer führenden europäischen Strategieberatung tätig war und dort das europaweite Research Center leitete.

### Unsere Erfahrung

Durch die hohe Spezialisierung auf Marktanalyse und Research hat sich RESEARCH-FELLOWS im Markt einzigartige Kompetenzen und Erfahrungswerte aufgebaut.

Der systematische Analyseansatz, der in mehr als 300 Projekten erfolgreich eingesetzt wurde, stellt eine umfassende und qualitativ hochwertige Projektdurchführung sicher.

Die langen Kundenbeziehungen mit anspruchsvollen Kunden und unsere Zufriedenheitsquote bestätigen dies eindrucksvoll.

### Unsere Qualität

Wir arbeiten mit sorgfältig ausgewählten Partnern zusammen, um unser Leistungsportfolio für unsere Kunden auf konstant hohem Niveau zu halten.

Zu unserem Netzwerk gehören neben Hochschulkooperationen auch führende Unternehmen aus dem Bereich Marktforschung sowie Expertenseiten.

Wir verstehen uns als verantwortungsvolles Unternehmen und halten uns bei allen Projekten streng an ethische und professionelle Standards.

Dies macht uns zum qualitativ führenden deutschen Anbieter für Marktstudien und Ad Hoc Research in unserem Bereich.

### Unser Vorsprung

Das internationale Research-Netzwerk von RESEARCH-FELLOWS bietet Beratungshäusern und Kunden aus der mittelständischen Industrie flexiblen Zugang zu Research-Kapazitäten weltweit. Recherche kann so für bestimmte Projekte direkt vor Ort und in Landessprache durchgeführt werden.

### Unser Training

Trainings von RESEARCH-FELLOWS vermitteln Expertise und Fachwissen in praxisnahen Anwenderschulungen rund um die Themen Informationsbeschaffung über das Internet und strategische Markt- und Wettbewerbsanalyse.

Erfahren Sie mehr in diesem Prospekt...



# Die Inhalte des Trainings

## Grundziel des Trainings

Sie und/oder Ihre Mitarbeiter lernen, durch die richtige Methodik bei der Internetrecherche Informationen zu Märkten, Unternehmen und Trends systematisch zu beschaffen. Dabei geht es auch um die anschließende Untersuchung und Bewertung der Ergebnisse.

## Einsatzgebiete / Herangehensweise

- Grundsätzliche Möglichkeiten, bei denen eine systematische, keyword-gestützte Internetrecherche sinnvoll sein kann
- Ansätze zum richtigen Start der Recherchen
- Konzepte und Methoden zur Arbeitersparnis bei der Suche

## Methoden der Informationsbeschaffung

- Quantitative vs. qualitative Methoden, Primärrecherche vs. Sekundärrecherche
- Möglichkeiten und Optionen bei der professionellen Suchmaschinenrecherche (Basissuche, erweiterte Suche, Subnetze)
- Anwendung spezieller Suchmaschinen (Personensuchmaschinen, Verbandssuchmaschinen, Messesuchmaschinen, Metasuchmaschinen, semantische Suchmaschinen, etc.)
- Quellen für Literatur- und Presserecherche
- Recherche bei Informationsdienstleistern (öffentliche und private Dienstleister)
- Übersicht über verfügbare freie und kostenpflichtige Datenbanken inkl. Qualitätseinschätzung (z.B. Unternehmensdatenbanken, Pressedatenbanken, Produktdatenbanken, Studiendatenbanken, Patentdatenbanken)
- Unternehmenswebseiten als Informationsquelle
- Recherche im Web 2.0
- Anbahnung und Durchführung von Experteninterviews
- Evaluierung der Relevanz und Validität von Quellen und Dokumenten
- Anwendungsgebiete und Grenzen der Methoden

## Fallstudien / Diskussion konkreter Anwendungsfälle der Teilnehmer

- Durchführung einer Fallstudie am Ende des Trainings, um die vorgestellten Methoden und Quellen an einem Praxisbeispiel anzuwenden
- Möglichkeit zur Diskussion konkreter Anwendungsfälle der Teilnehmer in deren Arbeitsumfeld mit dem Trainingsleiter



## Der besondere Nutzen für Sie

### **Alleinstellung / Besonderheit des Trainings**

RESEARCH-FELLOWS bietet ein einzigartiges Trainingsprogramm an, das Sie in dieser Weise nirgendwo sonst finden. Es hebt sich im Anspruch und der Qualität klar von allgemeinen „Standard-Marketingschulungen“ ab.

### **Kompetenz und Erfahrung**

Durch unsere spezialisierte Ausrichtung haben wir einzigartige Kompetenzen im Bereich strategische Markt- und Wettbewerbsanalyse und Informationsbeschaffung aufgebaut. Die Erfahrung aus über 300 Projekten bildet die Grundlage für die Ausgestaltung des Trainingsprogramms.

Ihr Trainingsleiter ist in ein erfahrener Projektmanager von RESEARCH-FELLOWS.

### **Praxisbezug**

Alle im Training erläuterten Methoden, Modelle und Ansätze werden anhand zahlreicher Praxisbeispiele erläutert, die direkt aus der Projektpraxis von RESEARCH-FELLOWS stammen.

### **Strukturierter Ansatz**

Der strukturierte Analyseansatz, der von RESEARCH-FELLOWS entwickelt wurde, wird auch in den Trainings konsequent weiterverfolgt, so dass die Trainingsinhalte systematisch und klar strukturiert sind.



### **Top Trainingsunterlagen**

Jeder Teilnehmer erhält kompakte, aber umfangreiche Schulungsunterlagen, die so konzipiert sind, dass sie ideal auch als Nachschlagewerk in der späteren Anwendung der Erkenntnisse bei der täglichen Arbeit verwendet werden können. Sie enthalten unter anderem aktuelle Quellenverzeichnisse, Übersichten und Vorgehensmodelle.

### **Kleine Teilnehmergruppen**

Wir achten darauf, dass die Teilnehmerzahl acht Personen nicht übersteigt. Dies garantiert eine persönliche Atmosphäre und ermöglicht dem Trainer Ihre individuelle Betreuung.

### **Eng definierte Zielgruppe**

Um den besonderen Herausforderungen bei der Analyse von komplexen Märkten Rechnung zu tragen, wurde das Training speziell für die Daten- und Informationsrecherche in industriellen Branchen sowie für B2B-Unternehmen konzipiert. Angesprochen werden Mitarbeiter und Führungskräfte aus den Bereichen Business Development / Strategie, Marketing, Vertrieb, Produktmanagement, sowie vergleichbare Positionen.

### **Individuelle Anpassung**

RESEARCH-FELLOWS passt auf Kundenwunsch die Agenda und die Inhalte des Trainings an die Zielsetzung des Kunden an. So kann das Vorwissen der Trainingsteilnehmer fallweise berücksichtigt werden.

# Individuelle Anpassung des Trainings

## Direkter Bezug zu Ihren Themen (auf Wunsch)

Bei mehreren Teilnehmern eines Unternehmens passen wir auf Kundenwunsch die Inhalte des Trainings individuell an das Vorwissen und die Zielsetzung der Gruppe an.



**1**

Sie beschreiben uns kurz die Ausgangssituation in Ihrem Unternehmen, also die Zielsetzung, die mit der Schulung erreicht werden soll sowie Anzahl und das derzeitige Qualifikationsniveau der Teilnehmer.

**2**

Die Schulungsunterlagen und Fallstudien werden dann individuell, sowohl inhaltlich als auch vom Schwierigkeitsgrad an Ihre Bedürfnisse angepasst.

**3**

Die Schulung wird, gemäß Ihren Vorgaben und Wünschen, in unseren Schulungsräumen in München oder direkt bei Ihnen im Unternehmen durchgeführt. Der Termin wird individuell vereinbart. Ihr Trainingsleiter ist ein erfahrener Projektmanager von RESEARCH-FELLOWS.

## Erfahrung aus zahlreichen In-House Trainings

Wir erarbeiten eine optimal auf Ihre Bedürfnisse angepasste Version dieses Trainings. Hierzu schöpfen wir aus zahlreichen Projekten und In-House Trainings bei namhaften Kunden aus den Branchen Maschinenbau, Kunststofftechnik, Chemie, Automobil, Energie- und Umwelttechnik, Medizintechnik, Luft- und Raumfahrt

## Organisatorische Rahmendaten



### Dauer und Teilnehmerzahl

Das Training Systematische Internetrecherche dauert einen Tag von etwa 9.00 bis 17.00 Uhr. Die Teilnehmerzahl pro Kurs beträgt maximal acht Personen.

### Nächste Termine

Die aktuellen Termine bis Q4/2013 sind:

- 10. September 2013
- 12. November 2013

### Trainingsunterlagen

Jeder Teilnehmer erhält die Trainingsunterlagen in Form einer kompakten Trainingspräsentation (ca. 60 Seiten) in ausgedruckter Form.

### Ort

Die Durchführung des Trainings erfolgt in den Schulungsräumen von RESEARCH-FELLOWS in München.

### Kosten

Die Teilnahmegebühr für Einzelteilnehmer liegt bei EUR 990,- zzgl. MwSt. inkl. Seminarverpflegung und Mittagessen.

Dauer: 1 Tag

Nächste Termine: siehe links

Unterlagen: inklusive

Ort: München

Kosten: EUR 990,- netto



**RESEARCH-FELLOWS**  
Strategische Marktanalysen & Research Services

### RESEARCH-FELLOWS

Erika-Mann-Straße 25  
D-80636 München

Tel.: +49 (0) 89 / 189 41 31-10

Fax: +49 (0) 89 / 189 41 31-20

E-Mail: [training@research-fellows.de](mailto:training@research-fellows.de)

Web: [www.research-fellows.de](http://www.research-fellows.de)

## Referenzen

### Unsere Trainings bieten nachhaltigen Mehrwert für Ihre Aufgaben

RESEARCH-FELLOWS Seminare vermitteln einen ganzheitlichen Ansatz zur Durchführung einer systematischen Internetrecherche. Dabei sind neben einem State of the Art Überblick über Research- und Analysemethoden ein systematisches Vorgehensmodell und praxisbezogene Fallbeispiele Bestandteil der Schulung.

Die Trainings liefern eine Vertiefung und Erweiterung des bisher bekannten Methodenvorrates bei der Internetrecherche zu Marktdaten und helfen bei der Konzeption einer Desk Recherche ab dem ersten Schritt. Sehen Sie, was andere Kunden dazu sagen.

---

#### Wacker Chemie AG

„Wir nutzen RESEARCH-FELLOWS als externen Trainingspartner für Mitarbeiter in Marketingfunktionen aus verschiedenen Bereichen und Regionen.



Für RESEARCH-FELLOWS spricht die hohe Glaubwürdigkeit und Kompetenz als aktiver Dienstleister im Bereich Research, die gute Quellenübersicht sowie die strukturierte Vorgehensweise und praktische Anleitung. Ein weiterer wichtiger Punkt in der Zusammenarbeit ist für uns die hohe Flexibilität und Anpassungsfähigkeit an unsere Bedürfnisse.“

*Anton Wilhelm, Marketing Development*

---

#### Bosch Sicherheitssysteme GmbH

„Das Training zur Strategischen Marktanalyse haben wir gemeinsam mit RESEARCH-FELLOWS für unsere regionalen Marketingmanager entwickelt. Vor dem Training fand ein ausführliches Beratungs- und Abstimmungsgespräch statt. Was mir besonders gut gefallen hat war, dass genau auf die Bedürfnisse unserer Teilnehmer eingegangen worden ist und die Schulung maßgeschneidert war. Die verwendeten Beispiele und Übungen haben sich alle konkret auf unseren Markt bezogen, somit war der Lerneffekt besonders hoch und das Feedback der Teilnehmer sehr positiv.“



*Isabel Brosch, Leitung Zielgruppenmarketing*

---

#### NürnbergMesse GmbH

„Bei uns hat ein Team aus Marketing, Business Development und Vertrieb an dem Training zur strategischen Marktanalyse in Form eines In House Seminars teilgenommen. Das Seminar war didaktisch sehr gut aufbereitet und auch die Moderation hoch professionell. Besonders gut war aus unserer Sicht, dass eine sehr strukturierte Vorgehensweise gezeigt und wiederholt empfohlen wurde. Alle wichtigen Punkte wurden in dem Training abgedeckt, von konkreten Suchmaschinen und Datenbanken bis hin zu Konzeption und Struktur einer Analyse. Gerade bei den Recherche-Tools haben wir viel dazu gelernt.“



*Germina Ghieltsch, Marketing*

### Technoform Kunststoffprofile GmbH



TECHNOFORM KUNSTSTOFFPROFILE

„Bereits einige unserer Technoform-Mitarbeiter haben das RESEARCH-FELLOWS-Training besucht und wir haben durchweg gute Erfahrung gemacht. Die Trainings wurden individuell an unsere Bedürfnisse angepasst, z.B. Durchführung in englischer Sprache für unsere ausländischen Kollegen sowie Berücksichtigung branchenrelevanter Quellen. Wir haben ein strukturiertes und praxistaugliches Vorgehenskonzept an die Hand bekommen, wodurch wir die Qualität und Effizienz unserer Marktanalysen deutlich erhöhen konnten.“

*Petra Greiner, Strategisches Marketing*

---

### AllessaChemie GmbH



„Unsere Teams aus Marketing, Vertrieb sowie Forschung & Entwicklung waren sehr zufrieden mit dem Training zur strategischen Markt- und Wettbewerbsanalyse. Vor allem die aufgezeigte Systematik und strukturierte Herangehensweise bei Internetrecherchen fand großen Anklang und wird die künftigen Aufgaben erleichtern. Hilfreich waren auch die im Training vorgestellten Web-Tools und deren Anwendung. Das Trainerteam zeichnete sich durch eine hohe fachliche und didaktische Kompetenz aus.“

*Dieter Rohrer, Leitung Ausbildung und Personalentwicklung*

---

### Mahle GmbH



„Das Training zur strategischen Markt- und Wettbewerbsanalyse ist eine hervorragende Basis für jede Analyse auf diesem Gebiet. Sie vermittelt sowohl strukturiertes Vorgehen als auch praktisches Handwerkszeug um eine vollständige Studie zu einem gewünschten Feld darstellen zu können. Trotz meiner bisherigen Recherche- und Analyseerfahrung aus den Bereichen Business Development und Markt- und Wettbewerbsanalyse konnte ich zahlreiche neue Datenquellen identifizieren und ein sinnvolles Konzept zur strukturierten Herangehensweise an Studien kennen lernen. Sehr gefallen hat mir auch die angenehme und inspirierende Atmosphäre in der das Seminar stattfand, sowie die Möglichkeit den Inhalt auf den eigenen Kenntnisstand abzustimmen.“

*Jonathan Dörflinger, Business Development*

---

### Deutsche Messe AG



Deutsche Messe  
Hannover · Germany

„Die von RESEARCH-FELLOWS durchgeführten Trainings und Workshops folgen einem praxisnahen Spannungsbogen, der die marktforscherische Theorie mit der erlebten Praxis der Teilnehmer verbindet und gleichzeitig Fragen zulässt. RESEARCH-FELLOWS arbeitet mit den Teilnehmern an realistischen Fallstudien und macht ihnen Appetit auf die Anwendung des Erlernen im Markt.“

*Helmut Knorr, Abteilungsleiter Vertriebssteuerung International*

---



### **digital spirit GmbH**



„Das Training zur Strategischen Marktanalyse von RESEARCH-FELLOWS ist sehr empfehlenswert. Inhaltlich wurden alle relevanten Punkte einer Marktanalyse behandelt. Aus meiner Sicht war es besonders spannend zu erfahren, wie man eine Marktanalyse sinnvoll strukturiert, welche Recherchequellen wirklich empfehlenswert sind, aber auch wo Recherchearbeiten an Grenzen stoßen und somit die weitere Suche nach Marktdaten keinen Sinn mehr macht. Diese Informationen sind wirklich hilfreich für die effiziente Durchführung einer Marktanalyse. Die im Seminar gewonnenen Erkenntnisse werde ich auf jeden Fall in Zukunft anwenden können.“

*Jürgen Klein, Business Development Manager*

---

### **Albert Handtmann Metallgusswerk GmbH & Co. KG**



„Das Training zur Strategischen Marktanalyse von RESEARCH-FELLOWS ist ein ‚Must‘ für Mitarbeiter im Vertrieb und Marketing. Des Seminar ist sehr professionell ausgearbeitet und handelt alle wichtigen und relevanten Punkte eine Marktanalyse ab.

Besonders wertvoll fand ich, dass eine sehr klar gegliederte Vorgehensweise vermittelt wird und diese in diversen Fallbeispielen fundiert wird. Es wurde vom Aufbau einer Marktstudie bis hin zur angewandten Datenbank- und Suchmaschinenrecherche alles behandelt. Zahlreiche Tipps für Recherchen und Konzeption konnte ich gleich anschließend erfolgreich anwenden. Ich kann es nur jedem empfehlen; denn in keinem der zahlreichen Marketingbüchern wird das vermittelt was man hier in angenehmer Atmosphäre in zwei Tagen lernt.“

*Florence Mintenbeck, Marketing*

---

### **BRANOpac GmbH**



„Bei unserem Training war die Atmosphäre sehr angenehm und der Seminarraum bei RESEARCH-FELLOWS war ansprechend gestaltet. Die Vortragsweise war sehr professionell und doch in einer lockeren Stimmung. Besonders gut war, dass meine Fragen sofort mit Beispielen meiner täglichen Arbeit beantwortet werden konnten. Die individuelle Betreuung ließ keine Wünsche offen, der Trainer war stets bemüht uns mit allen relevanten Informationen zu versorgen. Das Konzept war sehr klar und logisch aufgebaut und die Aufteilung war sehr gut nachvollziehbar. Ideal fand ich den Vorab-Fragebogen, um meine Vorkenntnisse und Erfahrungen abzufragen. Außerdem war die Betreuung durch das RESEARCH-FELLOWS Team sehr nett, vielen Dank noch einmal!“

*Katrin Schneider, Akquise & Neue Märkte*



### **CardProcess GmbH**



„Das Training von RESEARCH-FELLOWS war sehr umfangreich und beinhaltete alle relevanten Aspekte zum Thema Strategische Marktanalyse. Der Methodenteil war sehr lehrreich, da zahlreiche neue Quellen vorgestellt wurden, die ich bisher nicht kannte. Dadurch, dass die Theorie gleich im Anschluss anhand von Fallbeispielen angewandt und nochmals praxisnah erklärt wurde, waren auch komplexe Themen gut verständlich. Durch das angebotene Inhouse-Training wurde dieser Effekt nochmals individuell verstärkt.“

*Mark Vollhardt, Produktmanagement Processing*

---

### **Nordic Yards Wismar GmbH**



„Das Seminar ist zusammenfassend mit ‚sehr gut‘ zu bewerten. Sowohl das Trainingskonzept, die Unterlagen, und nicht zuletzt auch die konstruktive aber stets freundliche Atmosphäre lassen keinen Raum für Verbesserungen. Das systematische Vorgehen und die Vielzahl an neuen und sehr hilfreichen Quellen zur Datenbeschaffung werden mir bei meinen zukünftigen Aufgaben viele bisher nicht bekannte Möglichkeiten in meiner täglichen Arbeit eröffnen. Besonders hat mir auch der starke Praxisbezug gefallen und die Gelegenheit zur Besprechung meiner individuellen Fragen, die von unserem erfahrenen Trainer jederzeit kompetent beantwortet wurden. Gerne werde ich das Training weiterempfehlen. Vielen Dank!“

*Matthias Schartow, Sales Manager*

---

### **ODU Steckverbindungssysteme GmbH & Co. KG**



„Von ODU haben 2 Personen der strategischen Märkte jeweils eine Einzelschulung in den Seminarräumen in München besucht. Die Seminare sowie die Kursunterlagen waren leicht verständlich und umfangreich gestaltet.“

Die Atmosphäre war sehr angenehm und es wurde auf alle Fragen individuell eingegangen. Somit war es eine sehr effektive Schulungsveranstaltung, zugeschnitten auf den jeweiligen Kursteilnehmer. Der Kurs kann aus unserer Sicht nur empfohlen werden.“

*Sabine Zeiler, Assistenz Strategische Märkte*

---

### **Lohmann GmbH & Co. KG**



„Unser Training hat uns anschaulich das schrittweise Vorgehen bei der Erstellung von Marktanalysen gezeigt. Hervorzuheben sind dabei die zahlreichen Praxisbeispiele aus realen Projekten von RESEARCH-FELLOWS sowie die klare Strukturierung und Präsentation der Inhalte. Zudem gab es gute Tipps und Methodiken für die klassische Desk Recherche. Individuelle Fragen konnten vom Trainer stets kompetent beantwortet werden. Insgesamt eine sehr gelungene Veranstaltung in angenehmer Atmosphäre und einer kleinen Gruppe.“

*Joachim Siebert, Strategic Marketing Manager*

---

...zahlreiche weitere Referenzen erhalten Sie gerne auf Anfrage.

## Ansprechpartner / Kontakt



**Matthias Meyer**, Dipl. Kaufm.  
Geschäftsleitung



**RESEARCH-FELLOWS**

Erika-Mann-Straße 25  
D-80636 München

Tel.: +49 (0) 89 / 189 41 31-11  
Fax: +49 (0) 89 / 189 41 31-20  
E-Mail: [meyer@research-fellows.de](mailto:meyer@research-fellows.de)  
Web: [www.research-fellows.de](http://www.research-fellows.de)



**Johannes Ganser**, Dipl. Volksw.  
Consultant



**RESEARCH-FELLOWS**

Erika-Mann-Straße 25  
D-80636 München

Tel.: +49 (0) 89 / 189 41 31-14  
Fax: +49 (0) 89 / 189 41 31-20  
E-Mail: [ganser@research-fellows.de](mailto:ganser@research-fellows.de)  
Web: [www.research-fellows.de](http://www.research-fellows.de)