

Abstract

Analyse „Erfolgsfaktoren XY-Art“

Kurzzusammenfassung: Ist es der Preis? Vielleicht der Anbieter? Oder doch eher das Diplom? Möglicherweise etwas völlig anderes? Welche Eigenschaften muss eine Weiterbildung erfüllen, damit sie Erfolg hat? Im Rahmen der Strategie und Produktpolitik stellen sich alle Unternehmen die Frage, warum manche ihrer Produkte sich gut verkaufen und andere weniger gut. Weiterbildungsprodukte von Schulen sind denkbar vielschichtiger und die Frage nach den Bedürfnissen stellt sich deswegen erst recht. Sind diese abgeklärt, gilt es die richtigen Massnahmen einzuleiten.

Autorin: Zorica Nikolić

Herausgeberin: Mag. Elisabeth Ziegler-Hasiba

Publikationsformat: BATH
 MATH
 Semesterarbeit
 Forschungsbericht
 Anderes

Veröffentlichung : 2010

Sprache: deutsch

Zitation: Nikolic, Z. (2010). *Analyse Erfolgsfaktoren XY-Art*.
FHS St.Gallen – Fachhochschule St.Gallen: Bachelor Thesis.

Schlagwörter : Marketing

Ausgangslage, Ziel, Vorgehen, Erkenntnisse, Literaturquellen

Ausgangslage: Gegenstand der Untersuchung war ein schweizerisches Unternehmen, das eine grosse Anzahl an Weiterbildungskursen anbietet. Die Kursteilnehmer können unter neun verschiedenen Fachrichtungen wählen und sich während zwei bis fünf Semestern intensiv mit einer Gestaltungsrichtung auseinandersetzen. Diese Fachrichtungen werden unterschiedlich nachgefragt.

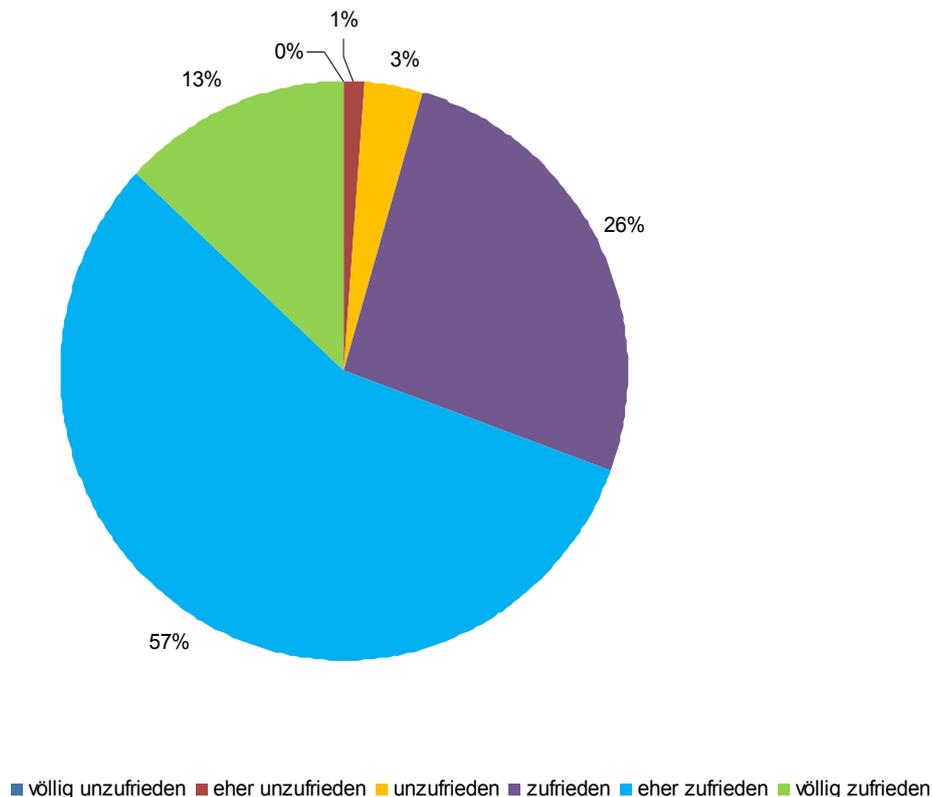
Ziel dieser Bachelor Thesis ist es, für die Auftraggeberin Hilfestellung für den Entscheid zu schaffen, ob eine mögliche Anpassung der Angebotslinie erstrebenswert ist.

Methodisch werden zuerst die aktuellen und die ehemaligen Kursteilnehmer befragt, um die Anforderungen und Bedürfnisse an eine Weiterbildung abzuklären und zu eruieren, wie diese von der Auftraggeberin erfüllt werden. Anschliessend werden diese Daten analysiert und ausgewertet. Wo sinnvoll, wird ein Vergleich zwischen den aktuellen und ehemaligen Kursteilnehmern gezogen. Schliesslich werden auf der Basis dieser Analyse mögliche Handlungsempfehlungen abgegeben.

Die **Erkenntnisse** aus der Untersuchung sind die folgenden:

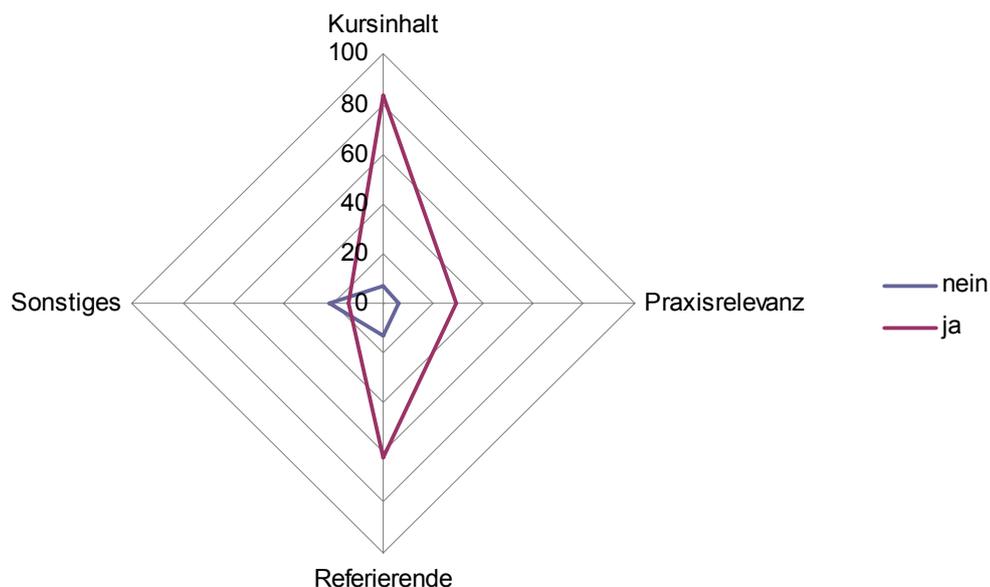
1. Die allgemeine **Zufriedenheit** der Kursteilnehmer ist sehr hoch, wie die folgende Grafik belegt.

Allgemeine Zufriedenheit



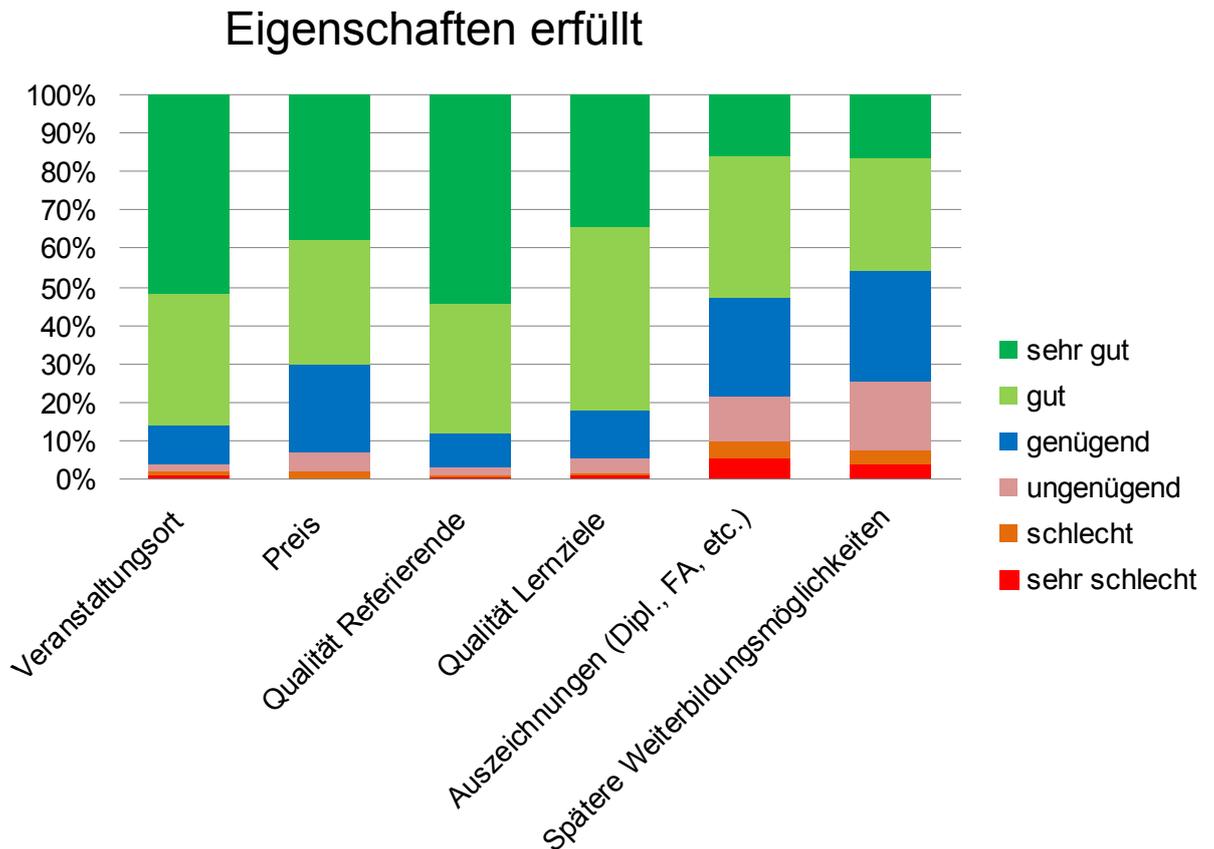
2. Die angebotenen Weiterbildungskurse werden **hauptsächlich von Frauen**, die älter als dreissig sind, **besucht**.
3. Die Kurse sind in der **Deutschschweiz mehr gefragt** als in der Westschweiz.
4. **Zwei von den neun Angeboten** sind sehr **schlecht besucht**. Die hierfür vorgeschlagene Massnahme ist, diese zwei Produkte aus der Angebotslinie zu entfernen, da die Nachfrage schon seit längerer Zeit nachgelassen hat.
5. **Drei von den neun Angeboten** sind **sehr gut besucht**.
6. **Über 50 %** von den aktuellen und von den ehemaligen Kursteilnehmern würden das von ihnen belegte Angebot **weiterempfehlen**. Dies widerspiegelt die unter Punkt eins erwähnte Zufriedenheit.
7. Welche **Motive für oder gegen eine Weiterempfehlung** sprechen, veranschaulicht die folgende Grafik.

Weiterempfehlung pro - contra



8. Die **Qualität der Referierenden** hat bei der geschlossenen Fragestellung ein sehr gutes Ergebnis geliefert. Bei den offenen Fragen bezüglich Schwächen des Angebotes, wurden diesbezüglich jedoch sehr oft negative Meinungen geäussert, was das positive Ergebnis etwas abschwächt.
9. Der am häufigsten erwähnte **Mangel** ist die Tatsache, dass das erworbene **Diplom** nicht eidgenössisch anerkannt ist und somit auf dem Arbeitsmarkt keinen grossen Wert hat. Dieser Fakt ist der Auftraggeberin bekannt. Es wurde empfohlen, die nötigen Schritte für eine eidgenössische Anerkennung in die Wege zu leiten.

10. Die **wichtigen Eigenschaften** bei der Wahl für einer Weiterbildung sind der Veranstaltungsort, der Preis, die Qualität der Referierenden, die Qualität der Lernziele, das Diplom sowie die weiterführenden Weiterbildungsmöglichkeiten. Wie die Auftraggeberin die wichtigen Eigenschaften erfüllt, zeigt die folgende Grafik.



11. 60 % der ehemaligen Kursteilnehmer gaben an, dass sich nach dem Besuch des Kurses ihr **Wohlbefinden** verändert hat.

12. Ein auffallend positives Ergebnis lieferte die Fragestellung, wie das Gelernte heute angewendet wird. **21 %** der Befragten gaben **Selbständigkeit** an. Demnach ist die Möglichkeit, sich nach Absolvieren einiger dieser Kurse selbständig zu machen offensichtlich gegeben.