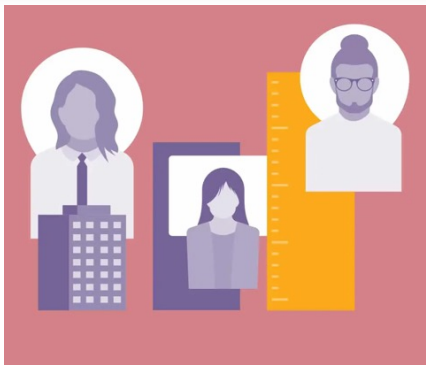


Das Kreuzfahrtunternehmen mit dem Sie auf Studienreise gehen, fordert eine Neubewertung ihrer Zielgruppen. Ihre Aufgabe ist es auf Basis einer Primärforschung (Beobachtung), zwei KreuzfahrerInnensegmente zu identifizieren. Machen Sie Gebrauch von Ihnen bekannten Segmentierungsvariablen. Konkretisieren Sie eine der beiden Zielgruppen mit Erstellung einer Buyer Persona. Wie sollte sich das Kreuzfahrtunternehmen im Hinblick auf die identifizierte Buyer Persona im Markt positionieren? Erstellen Sie eine wahrnehmungslandkarte für Ihr Kreuzfahrtunternehmen, das ebenfalls zwei weitere Wettbewerber berücksichtigt.