

Tamara Rachbauer

Etablierung eines Nachhilfeinstituts:
Marketingkonzept und
Unternehmenspräsentation

Forschungsarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren





Etablierung eines Nachhilfeeinstituts

Projektbericht für das Modul „12.1 Praxisprojekt“

Tamara Rachbauer, MI 100501

Letzte Änderung: Samstag, 18. Jänner 2008

Inhaltsverzeichnis

1	Zusammenfassung	4
2	Projekteinleitung.....	4
2.1	Analyse der aktuellen Marktsituation des Unternehmens	4
2.2	Projektausgangssituation (Ist-Zustand).....	4
2.3	Projektanforderungen (Soll-Zustand)	5
2.4	Projektziele	5
3	Projektorganisation	6
3.1	Projektmitarbeiter	6
3.2	Auftraggeber	7
3.3	Arbeitszeiten	7
3.4	Projektsitzungen.....	7
3.4.1	Teamsitzungen	7
3.4.2	Meilenstein Review	7
4	Projektspezifisches Vorgehensmodell.....	8
4.1	Projektstrukturierung.....	8
4.2	Meilensteine und Termine	9

4.3	Risikoanalyse	9
4.4	Überblick über die verwendeten Technologien.....	10
5	Projektdurchführung	10
5.1	Projektphase 1	10
5.1.1	Tätigkeitsbeschreibung	10
5.1.2	Probleme und Lösungen	11
5.1.3	Teilergebnisse	11
5.1.4	Weiteres Vorgehen	27
5.2	Projektphase 2	28
5.2.1	Tätigkeitsbeschreibung	28
5.2.2	Probleme und Lösungen	29
5.2.3	Teilergebnisse	29
5.3	Projektphase 3	30
5.3.1	Tätigkeitsbeschreibung	30
5.3.2	Probleme und Lösungen	32
5.3.3	Teilergebnisse	32
5.4	Projektphase 4	38
5.4.1	Tätigkeitsbeschreibung	38
5.4.2	Probleme und Lösungen	39
5.4.3	Teilergebnisse	43
6	Gesamtergebnis	44
6.1	Überblick über die erreichten Projektziele	44
6.2	Überblick über die nicht erreichten Projektziele	44
7	Resümee und Ausblick	44
8	Literaturverzeichnis.....	46

Tamara Rachbauer, MI 100501

9	Abbildungsverzeichnis.....	47
10	Tabellenverzeichnis.....	49

1 Zusammenfassung

Hauptaufgabe dieses Projektes ist es, für das bestehende Nachhilfeeinstitut ein geeignetes Marketingkonzept zu entwickeln und eine neue Unternehmenspräsentation zu erstellen, um eine optimale Etablierung des Instituts am Standort Braunau zu erreichen.

Im Abschnitt 2 werden die Projektausgangssituation, die Projektanforderungen und die Projektziele spezifiziert.

Im Abschnitt 3 wird kurz die Projektorganisation besprochen, in der Angaben über den Auftraggeber, die Arbeitszeiten, die Teamsitzungen und die Aufgabenbereiche der Mitarbeiter gemacht werden.

Der 4. Abschnitt beschäftigt sich mit dem projektspezifischen Vorgehensmodell, das heißt der Projektstruktur, den Angaben zu Meilensteinen, Terminen und der Risikoanalyse.

Danach wird im Abschnitt 5 die gesamte Projektdurchführung mit einem einführenden Überblick über die bei der Projektumsetzung verwendeten Technologien, einer genauen Tätigkeitsbeschreibung und den daraus resultierenden Teilergebnissen besprochen.

Im vorletzten Abschnitt 6 werden jeweils in einer Tabelle die erreichten Ziele und die nicht erreichten Ziele mit Begründung dargestellt, und abschließend im Abschnitt 7 der Projektbericht mit einer zusammenfassenden Wertung und einem Ausblick abgeschlossen.

2 Projekteinleitung

2.1 Analyse der aktuellen Marktsituation des Unternehmens

Um den Ist-Zustand des Unternehmens besser analysieren und einen optimalen Soll-Zustand herstellen zu können, war es nötig die jetzige Marktsituation des Unternehmens herauszufinden. Dazu wurden in Zusammenarbeit mit einer Projektgruppe der Abend HAK Braunau Fragebögen entworfen, eine entsprechende Umfrage durchgeführt, und diese dann ausgewertet.

Basierend auf dieser Auswertung war es nun möglich eine aktuelle Ausgangssituation zu bestimmen und daraus den Soll-Zustand und die Ziele abzuleiten.

2.2 Projektausgangssituation (Ist-Zustand)

Durch die Fragebogenauswertung konnte die folgende Ausgangssituation ermittelt werden:

- Der bestehende Firmenname „Studienkreis“ spricht nur eine bestimmte Zielgruppe (Studierende) an.
- Der Bekanntheitsgrad des Instituts „Studienkreis“ ist trotz zahlreicher Werbemaßnahmen gering.
- Aufgrund des niedrigen Bekanntheitsgrades ist auch die Kundenanzahl gering. Dadurch ist eine feste Anstellung der Lehrkräfte kaum möglich. Dies wiederum erhöht die Schwierigkeit geeignete Lernbetreuer/innen zu finden.