

Case – IKEA og de unge

Emne: Markedsanalyse

Kan løses efter kapitel 18



Klik på billedet ovenfor for visning af webside omhandlende IKEA Sustainability.

IKEA har i foråret 2016 lanceret en ny kollektion *Avändbar*, der skal være med til at sikre danskerne en grønnere livsstil. I kollektionen er der blandt andet møbler og plantekrucker af naturlige materialer. Som en del af kollektionen har IKEA også udgivet bogen *Återge – Lad os sammen plante*.

IKEAs indstilling er, at mange ønsker en grønnere livsstil, men at det kan være rigtig svært at finde ud af, hvordan man kommer i gang med sådan en livsstil. Med IKEAs nye kollektion og bogen om at dyrke grønt i hjemmet, ønsker IKEA at hjælpe mennesker til at være mere bevidste om bæredygtigheden i de ting, de gør og bruger i deres hverdagsliv.

I mange år har IKEA på sit website tydeligt gjort rede for koncernens samlede holdning til og indsats omkring bæredygtighed.

Se mere om emnet på http://www.ikea.com/ms/da_DK/this-is-ikea/people-and-planet/sustainable-life-at-home/ eller gå ind på IKEAs website www.ikea.com/dk/da.

IKEAs strategi for fremtiden handler blandt andet om at sikre sig de miljøbevidste unge forbrugere som kunder. Koncernen vil i de nærmeste år forsøge at påvirke de unge, der er i færd med at flytte hjemmefra, til at etablere sig med IKEA i deres nye boliger.

Imidlertid har IKEA ikke specifikke data om unge danskere som kunder. En af IKEAs udfordringer er derfor at skaffe viden om, hvordan unge danskere tænker på IKEA som en miljøbevidst og bæredygtigt mulighed for at købe næsten alt til den nye bolig. Der ligger en stor opgave i at skaffe informationer om unges syn på IKEA.

Kilde: Baseret på www.ikea.com/da/dk, marts 2016.

Spørgsmål

1. Karakteriser kort virksomheden IKEA med vægt på IKEA Danmark.
2. Karakteriser kort den gruppe af unge, IKEA Danmark ønsker at analysere.
3. Beskriv kort den udfordring Ikea, jf. teksten, ønsker nærmere belyst.
4. Opstil nogle hypoteser eller spørgsmål, som ligger i udfordringen.
5. Vælg fem hypoteser eller spørgsmål i svaret i spørgsmål 4 og opstil en oversigt over, hvordan IKEA kan finde svar på dem.

Diskuter i den forbindelse blandt andet:

- Relevansen af at anvende primære og/eller sekundære data.
 - Har IKEA interne data, der kan anvendes?
 - Eksisterer der eksterne data, der kan anvendes?
6. Diskuter hvorledes IKEA kan gennemføre en markedsanalyse.
I diskussionen skal blandt andet indgå følgende forhold:
 - Formålet med markedsanalysen
 - Universet i markedsanalysen
 - Hvor stor en stikprøve, der skal anvendes for at få en brugbar analyse
 - Hvordan en repræsentativ stikprøve kan udtages fra universet
 - Hvilken interviewmetode det vil være mest hensigtsmæssigt at anvende i markedsanalysen
 7. Opstil en oversigt over, hvordan IKEA i praksis kan gennemføre indsamlingen af data.
 8. Opstil ligeledes en oversigt over det arbejde, der skal udføres, fra data er indsamlet til udarbejdelse af den endelige konklusion og rapport.
 9. Vurder hvilke problemer IKEA kan støde ind i under gennemførelsen af markedsanalysen.
 10. Vurder om resultatet af markedsanalysen vil matche udfordringen i spørgsmål 3.