



WebProspector B2B-Studie 2012

Einfluss des Internets auf das
Informations- und Kaufverhalten
von Unternehmen.

Management Summary

Die von der WebProspector GmbH im Zeitraum vom 15. August 2012 bis 30. September durchgeführte Umfrage unter 317 B2B-Kaufentscheidern führte insbesondere zu folgenden Erkenntnissen:

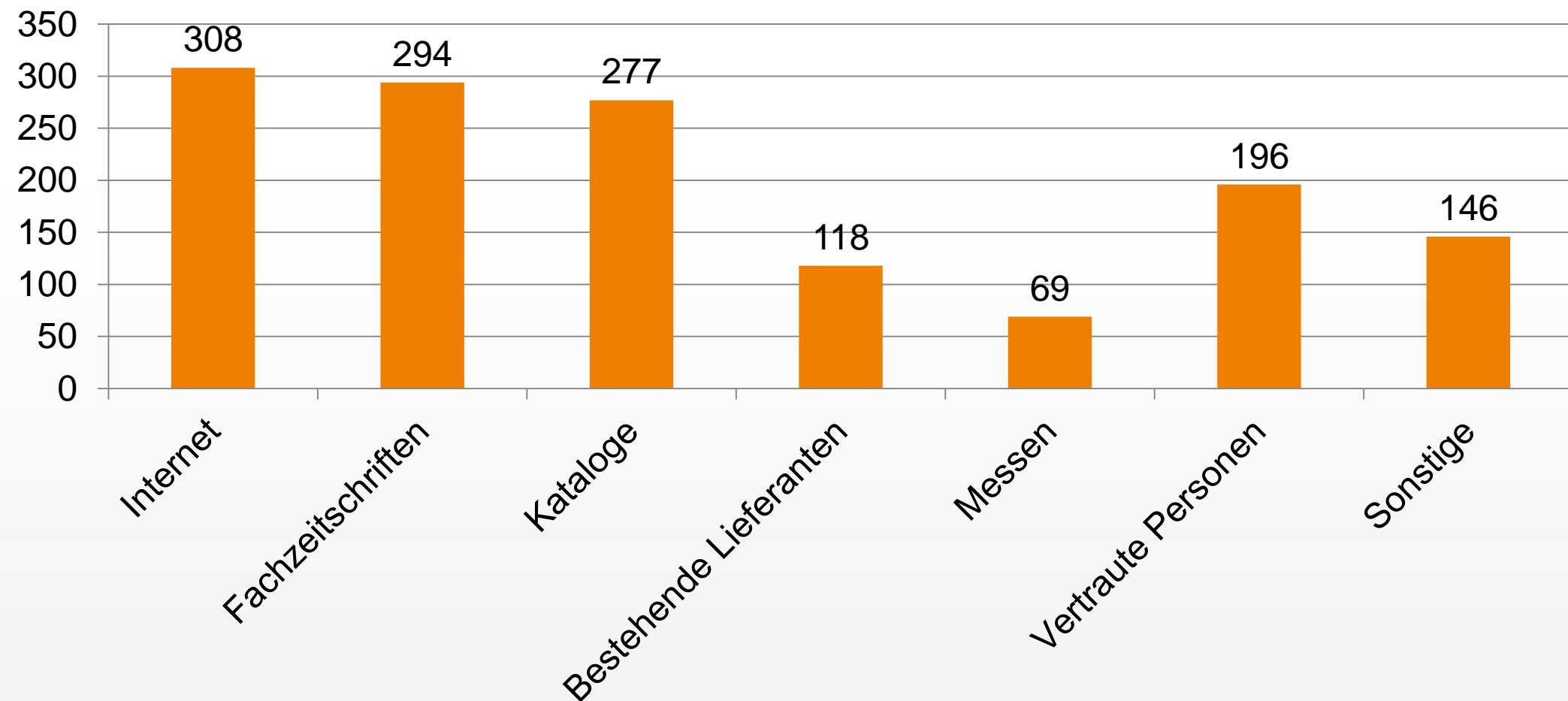
- 1.) B2B Kaufentscheidungen werden insbesondere bei Verbrauchsgütern und Investitionsgütern unter 10.000 Euro stark durch im Internet verfügbare Informationen beeinflusst.
- 2.) Einkäufe über das Internet werden insbesondere durch die drei Faktoren „Preis“, „Zeitersparnis“ und „Lieferfähigkeit“ beeinflusst.
- 3.) Der Kunde nimmt immer später im Kaufprozess mit potentiellen Anbietern Kontakt auf, dies ist eine direkte Folge durch die zunehmende Qualität und bessere Auffindbarkeit von Informationen über das Internet. Gerade deswegen stellte sich das Internet unter den befragten Teilnehmern auch als wichtigstes Informationsmedium heraus.



Umfrageergebnisse

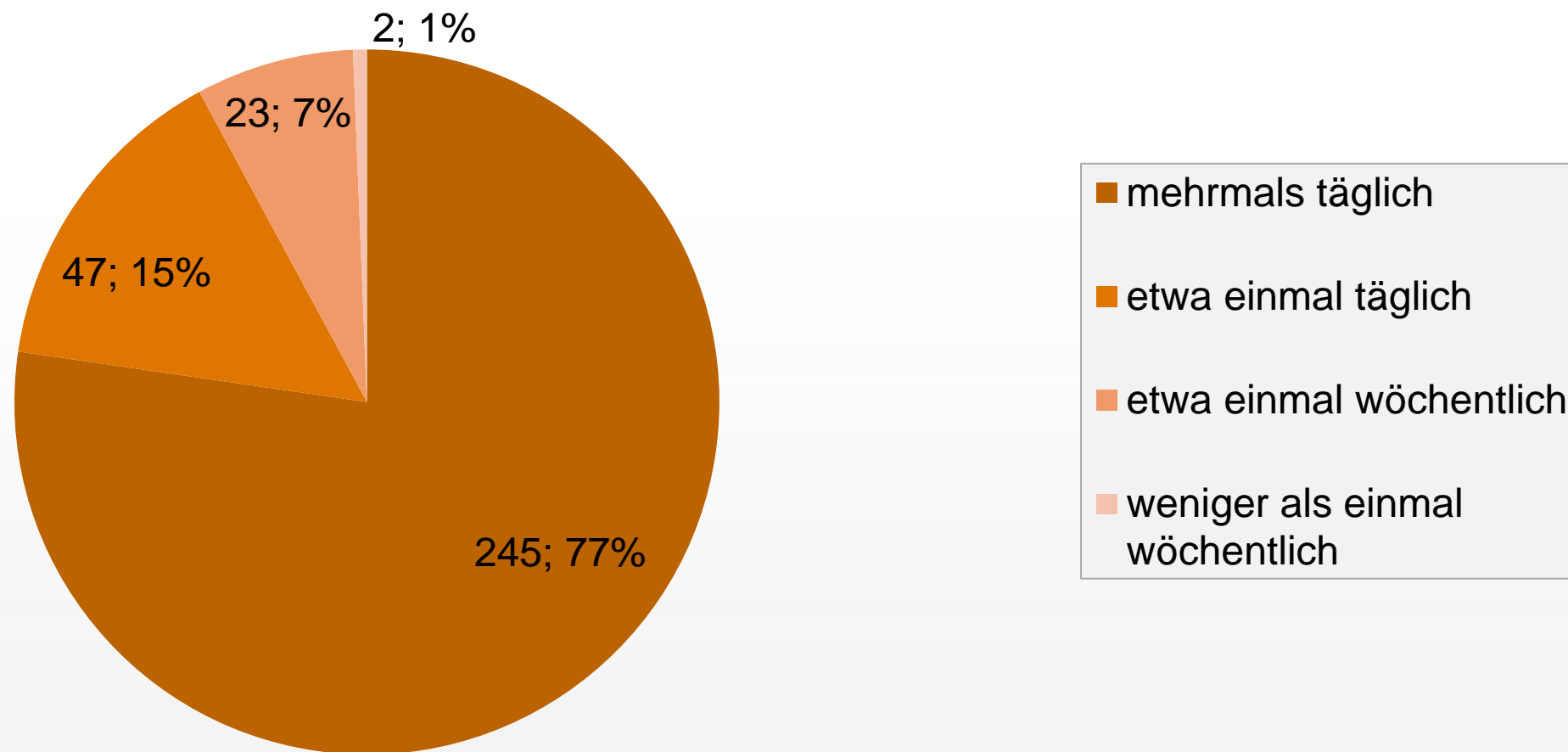
Frage 01

Welche Medien konsultieren Sie für die Suche nach Informationen und bei der Suche nach Lieferanten bei konkretem Bedarf?



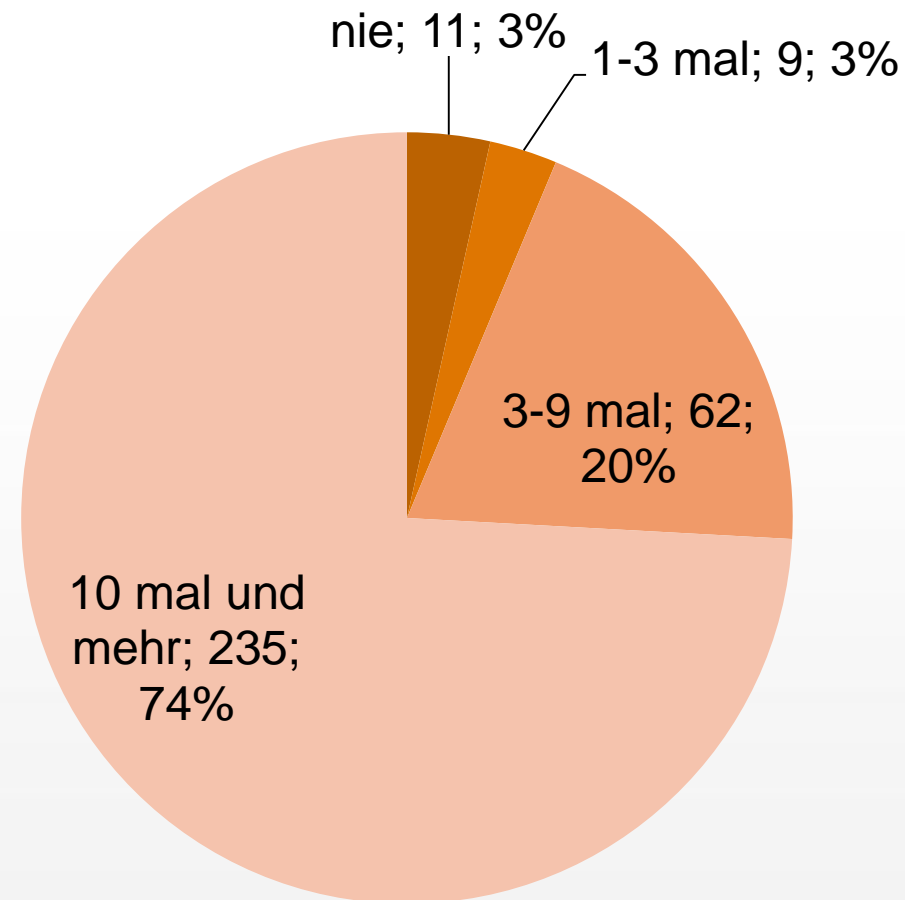
Frage 02

Wie oft informieren Sie sich online über für ihr Unternehmen wichtige Produkte oder Dienstleistungen?



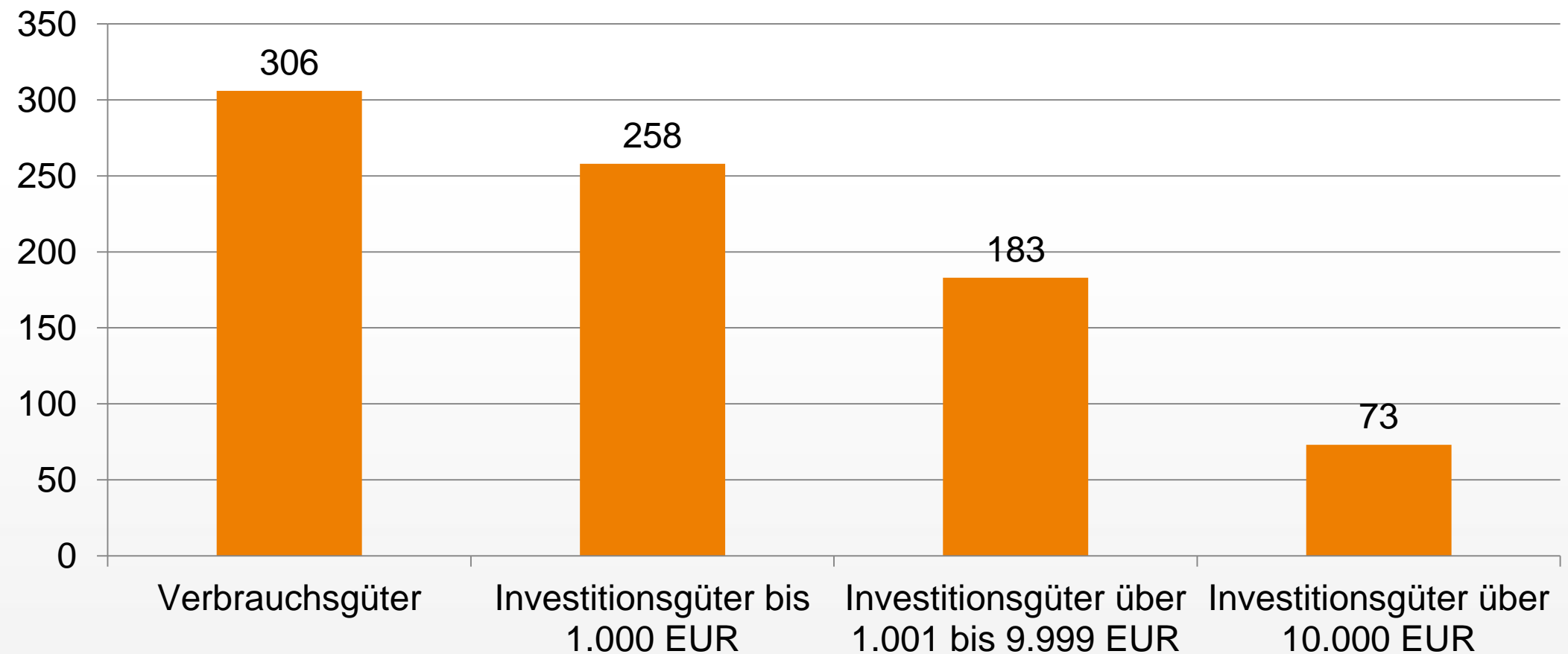
Frage 03

Wie oft haben Sie in den letzten drei Monaten Produkte oder Dienstleistungen für Ihr Unternehmen über das Internet bestellt bzw. beauftragt?



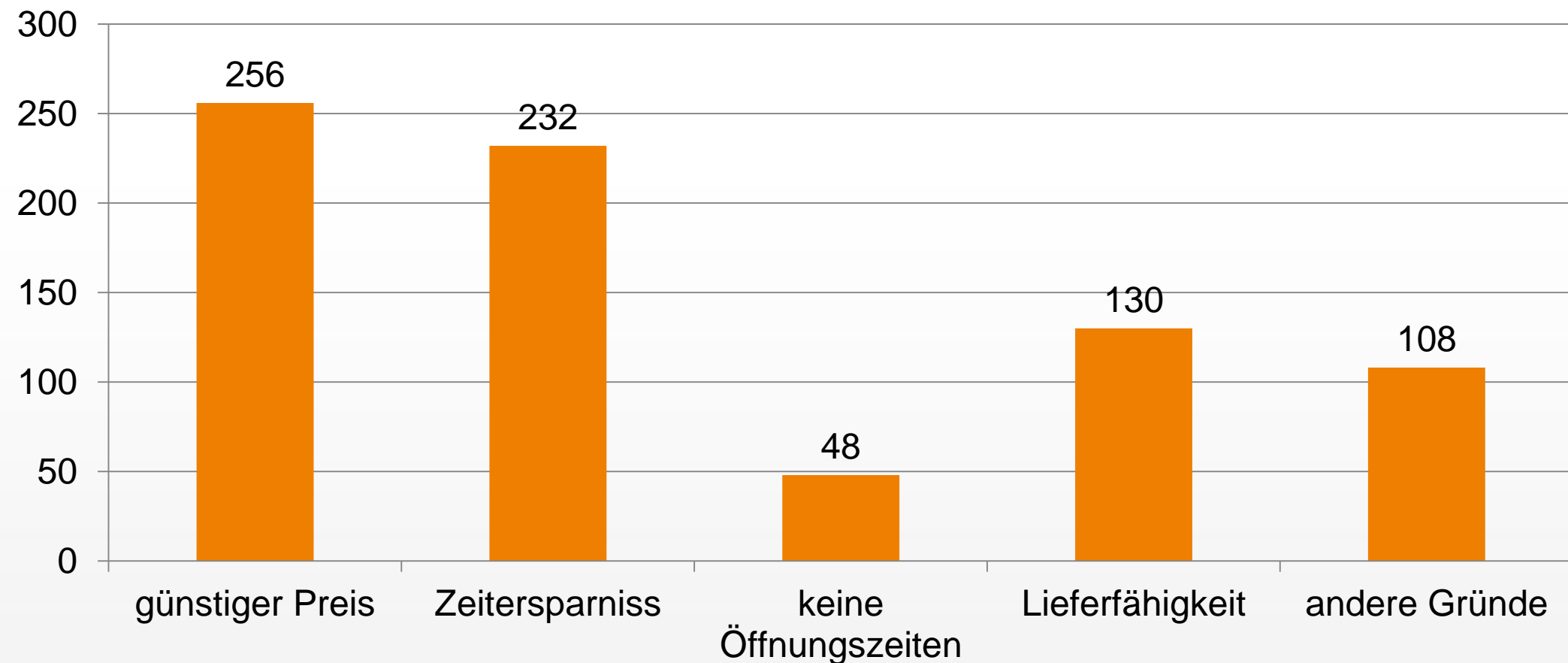
Frage 04

Welche Güter haben Sie in den letzten zwölf Monaten online bestellt?



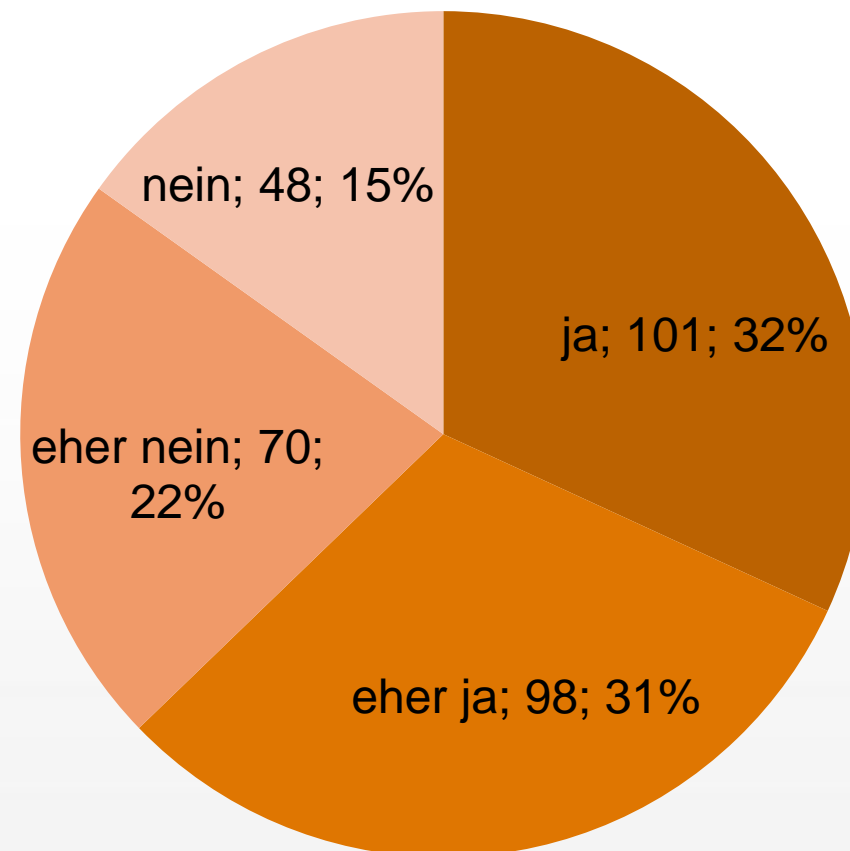
Frage 05

Warum bestellen bzw. haben Sie online Produkte bestellt bzw. Dienstleistungen beauftragt?



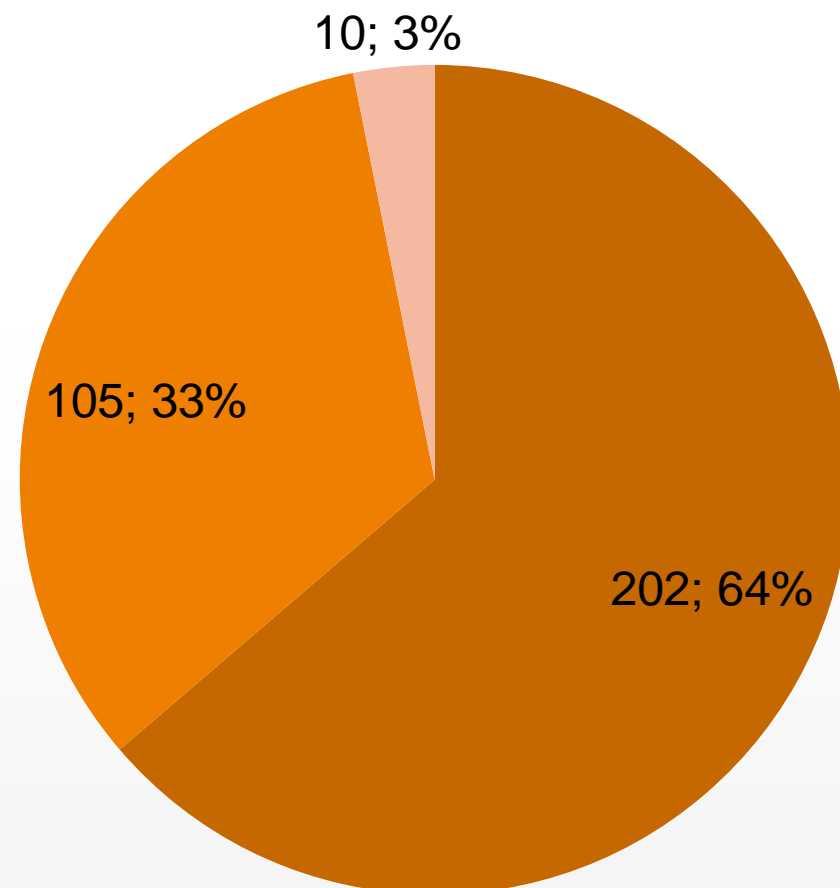
Frage 06

Hat sich Ihr bzw. das Einkaufsverhalten Ihres Unternehmens durch die zunehmende Menge und Qualität der Online-Angebote im Internet verändert?



Frage 07

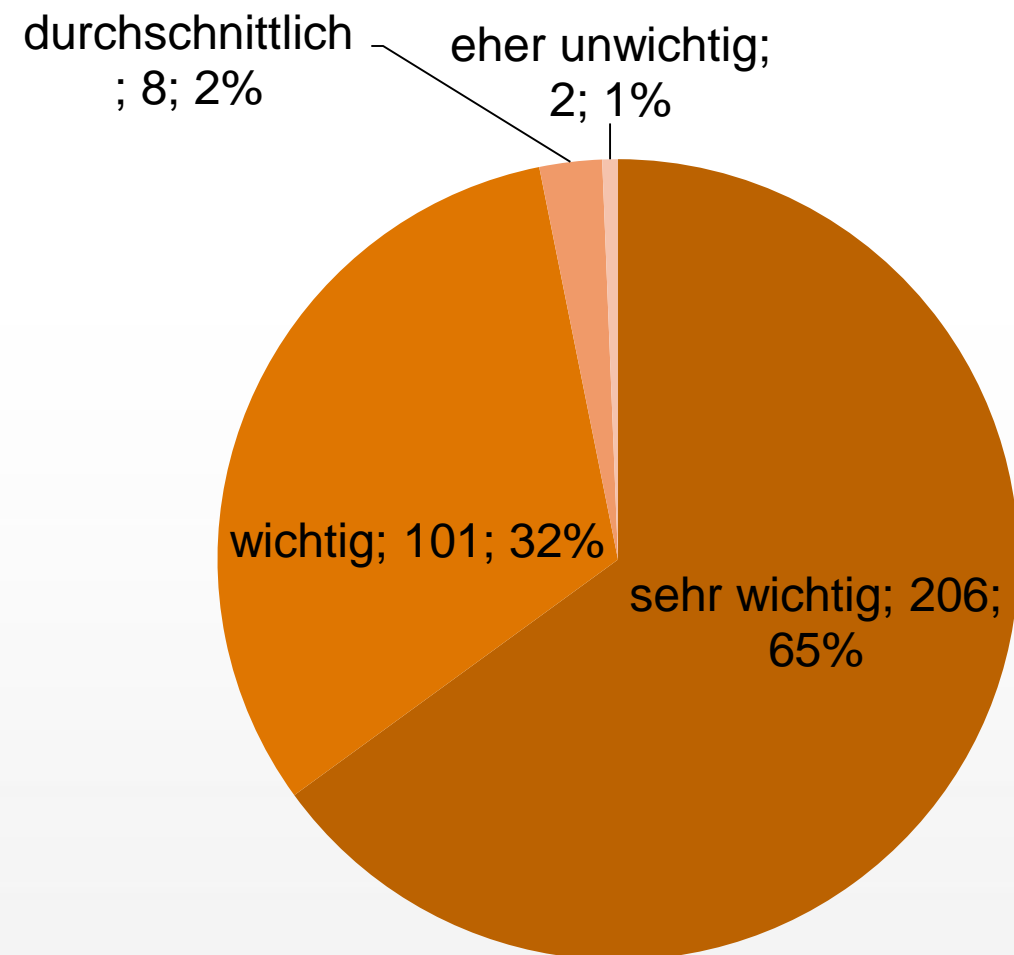
Was entspricht am ehesten Ihrem Informations- und Einkaufsverhalten im Internet?



- Ich informiere mich zunächst anonym, vergleiche Produkte und Anbieter und entscheide mich dann selbstständig.
- Ich informiere mich zunächst anonym, vergleiche Produkte und Anbieter und kontaktiere dann mehr als einen Anbieter.
- Ich kontaktiere direkt mehrere kommende Anbieter und lasse mich bei meiner Kaufentscheidung beraten.

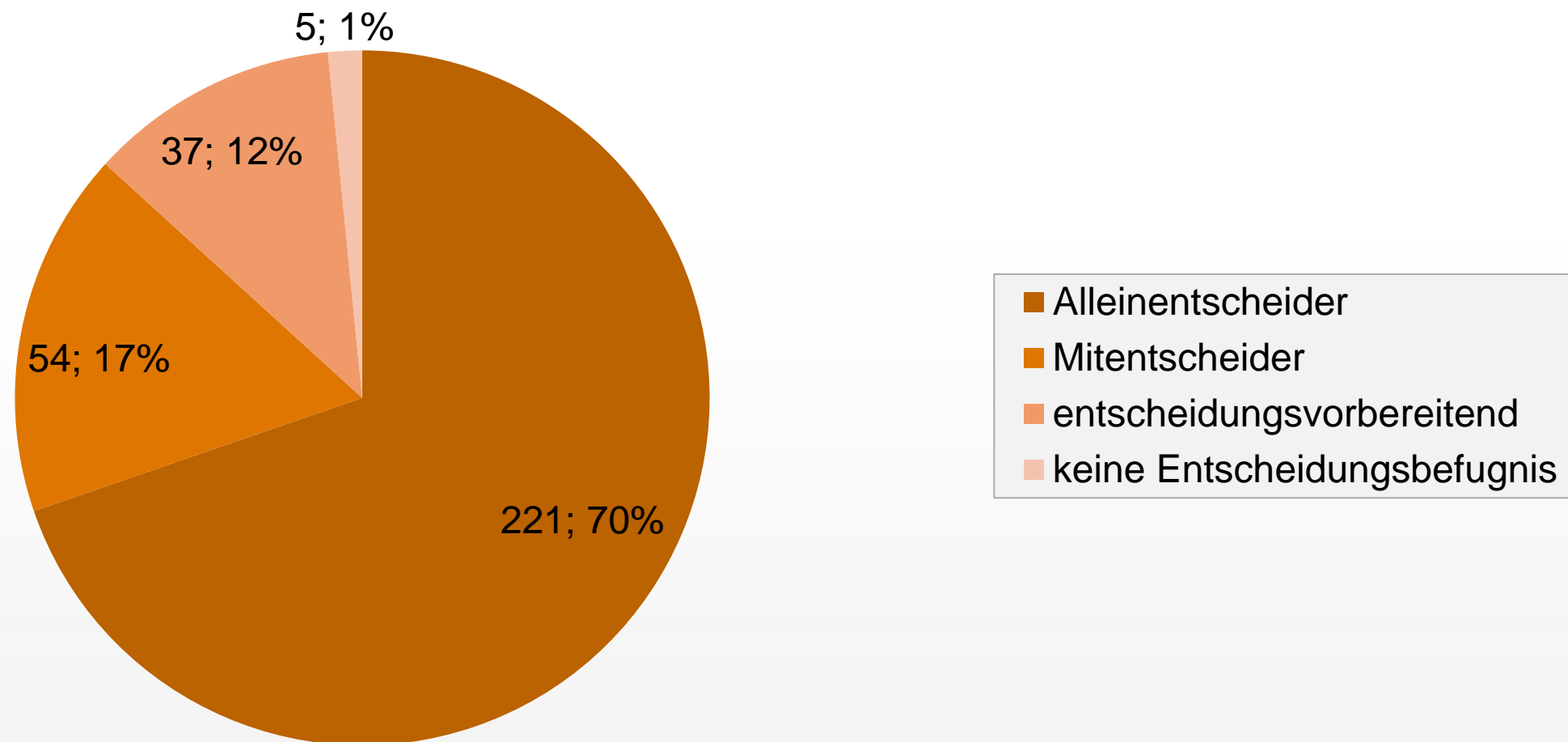
Frage 08

Als wie wichtig schätzen Sie das Internet als Werbemedium für Ihr Unternehmen ein?



Frage 09

Wie würden Sie Ihre Entscheidungsbefugnis für Einkäufe beschreiben?





Ergebnisanalyse

Ergebnisanalyse

Das Internet hat das B2B-Einkaufsverhalten bereits weitgehend geprägt und beeinflusst dieses auch weiterhin.

Insbesondere im Umfeld der KMU Unternehmen ist das **Internet** zum **Entscheidungsmedium** geworden.

Umfrageteilnehmer aus **92% der Unternehmen** informieren sich heute **ein oder mehrmals täglich** im Internet über Lieferanten, Produkte oder Dienstleistungen und etwa **94%** der Unternehmen haben innerhalb der letzten drei Monate **mindestens drei Aufträge über das Internet vergeben bzw. Bestellungen getätigt.**

Ergebnisanalyse

Klarer Spitzenreiter bei den Online-Käufen sind Verbrauchsgüter. 97% der Teilnehmer gaben an in den letzten zwölf Monaten Verbrauchsgüter über das Internet bestellt zu haben. Gefolgt von den Investitionsgüter bis 1.000 EUR (81%) bzw. von 1.000 EUR bis 9.999 EUR (58%). Immerhin 23% der Unternehmen haben Investitionsgüter über 10.000 EUR in diesem Zeitraum über das Internet erworben zu haben.

Ergebnisanalyse

Die zunehmende Anzahl an Online-Bestellungen bzw. Online-Aufträgen scheint **maßgeblich von zwei** (nicht überraschenden) **Faktoren begünstigt** zu werden.

- 1.) günstiger Preis (81%)
- 2.) Zeitersparnis (73%)

Spannend jedoch ist, dass auch **insbesondere die Lieferfähigkeit** (41%) im B2B Bereich **eine wichtige Rolle** spielt.

Ergebnisanalyse

Festzustellen ist, dass **B2B-User** im Internet durch die zunehmende Qualität von Online-Angeboten **immer selbstständiger Kaufentscheidungen treffen**. Dies wird insbesondere durch die gestiegene Verfügbarkeit und Auffindbarkeit von gut strukturierten Informationen, aber auch einem generellen Umdenken im Verhalten hinsichtlich des Informationskonsums, getrieben.

Gerade da 87% der Teilnehmer Kaufentscheidungen innerhalb des Unternehmens verantworten bzw. mitverantworten ist diese Erkenntnis besonders wichtig.

Ergebnisanalyse

Im Übrigen schätzen **97% der teilnehmenden Unternehmen** das **Internet** selbst als **wichtiges oder sogar sehr wichtiges Werbemedium** ein und unterhalten zumindest eine eigene Internetpräsenz.



Erweiterte Informationen zur Umfrage

Erweiterte Informationen

Zielgruppe:

Geschäftsführer, Einkaufsverantwortliche,
Abteilungs- und Projektleiter von
317 Unternehmen (davon KMU: 302)

Erhebungszeitraum:

15. August 2012 – 30. September 2012

Erhebungsmethode:

Online-Fragebogen

Erweiterte Informationen

Fragebogen, Durchführung und Auswertung:
Markus Schreyer

Daten-Analyse:
Marco Beicht, MBA
Geschäftsführer der WebProspector GmbH



Über WebProspector

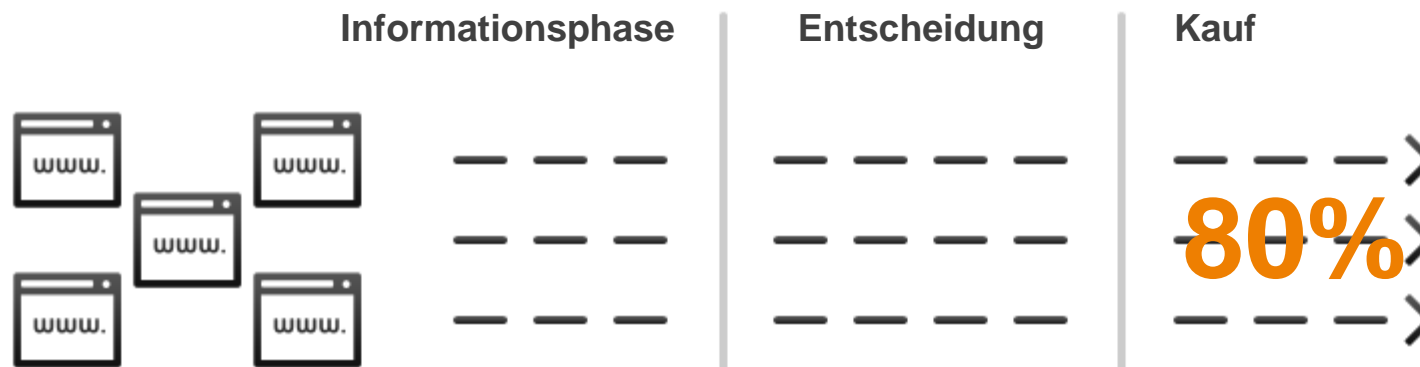
Mit WebProspector steigern Sie nachhaltig Ihren Vertriebs Erfolg.

Durch die Identifizierung einer Vielzahl der Unternehmen die sich auf Ihrer Internetpräsenz informieren, gewinnen Sie **NEUE UND QUALITATIV HOCHWERTIGE LEADS.** Diese ermöglichen Ihrem Vertrieb eine **ZIELGERICHTETE NEUKUNDENGEWINNUNG** und **NEUE AUFTRAGS-CHANCEN.** Die Identifizierung wird transparent und ohne Mitwirkung des Besuchers vorgenommen und erfolgt gemäß Gutachten des TÜV Süd datenschutzrechtlich vollkommen unbedenklich.



OHNE WEBPROSPECTOR

MITBEWERBER



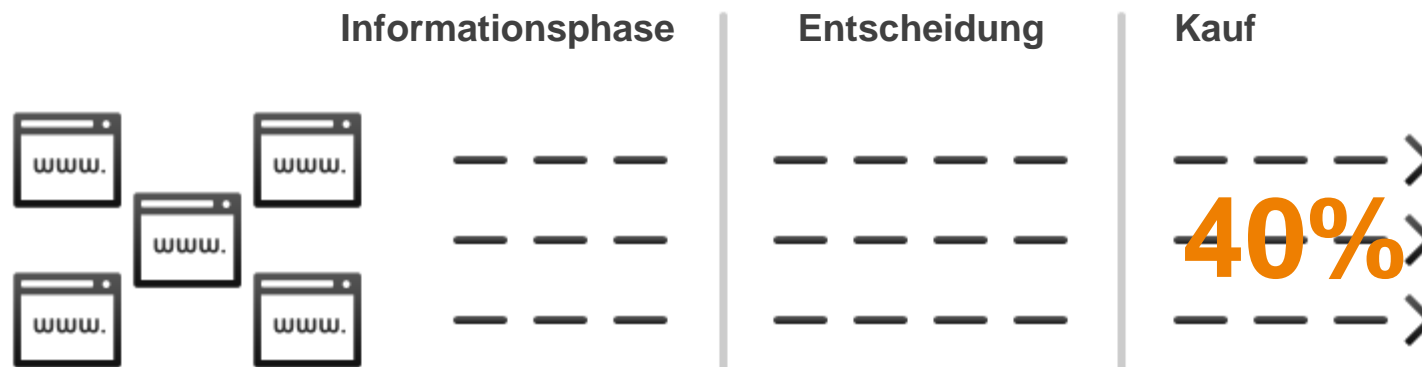
Die wenigsten Website-Besucher nehmen mit dem Anbieter Kontakt auf.
Sie und Ihre Mitbewerber haben ähnliche Verkaufschancen, der Umsatz teilt sich auf.

IHRE WEBSITE



MIT WEBPROSPECTOR

MITBEWERBER



Kontaktaufnahme durch Ihren Vertrieb möglich.
Auftragschancen erhöhen sich signifikant!

IHRE WEBSITE



WebProspector
erkennt Firma
und Bedarf.



Funktionsweise: #1 ERKENNEN



UNBEKANNTER BESUCHER

surft auf Ihrer Firmen-Website.



WebProspector **ANALYSIERT**

den Besucher im Hintergrund

und startet die **ERKENNUNG.**

Funktionsweise: #2 IDENTIFIZIEREN



3



Mittels einer **VIELZAHL AN ERKENNUNGSMERKMALEN** wird der Besucher identifiziert,



4

anschließend verifiziert und sodann der **KORREKTE FIRMENADRESSE** zugeordnet.

Funktionsweise: #3 LEADS NUTZEN

-  Die **BEDARFSERKENNUNG** ordnet der Firmenadresse die Interessen zu.
-  Der **NEUE LEAD** steht für Vertriebsaktivitäten bereit.

DATENSCHUTZRECHTLICH UNBEDENKLICH!

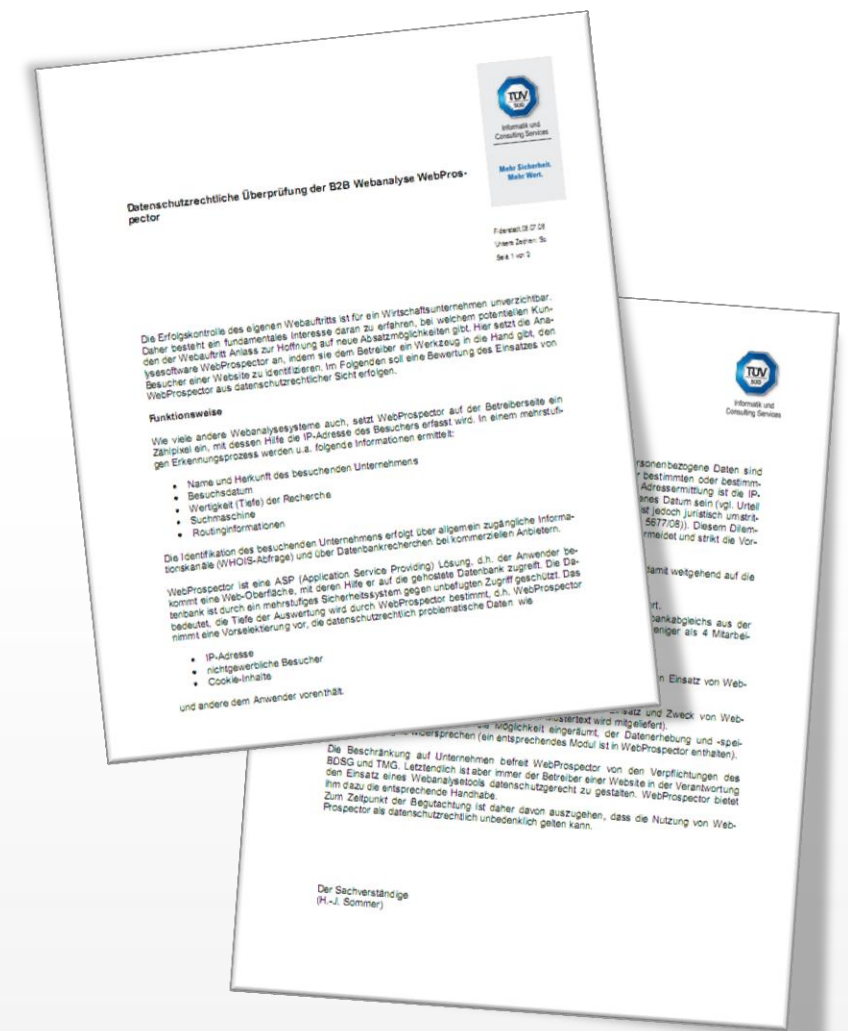
WebProspector stellt sicher, dass die Erkennung von Einzelpersonen ausgeschlossen ist und ist daher

100% KONFORM ZUM DT. DATENSCHUTZGESETZ

sowie den europäischen Normen zum Datenschutz.

Die datenschutzrechtliche Unbedenklichkeit und rechtliche Zulässigkeit bestätigt der auch

TÜV SÜD IN SEINEM GUTACHTEN.



STARTKLAR in nur 15 Minuten!

1 **ONLINE ANMELDEN** auf
www.webprospector.de

2 **TRACKING PIXEL** auf
Website **PLATZIEREN.**

3 **LOS GEHT'S!**



WebProspector GmbH

Hänferstraße 35

D-77855 Achern



www.webprospector.de

twitter.com/webprospector



Tel.: 07841 / 630 737 10

Fax: 07841 / 630 737 30



service@webprospector.de

