



„Die Umfrage hat uns aufgezeigt, wo IT-Verantwortlichen heute ‚der Schuh drückt‘. Wir können nun reagieren, bestehende Produkte und Services anpassen beziehungsweise neue Angebote konzipieren, die den Anforderungen des Marktes gerecht werden. Die Medienberichterstattungen über die Ergebnisse der Analyse stärkten unsere Position als kompetenter Anbieter für Software und IT-Services bei Entscheidern und Anwendern. Auch Marketing-Aktionen können wir nun gezielter und damit wirkungsvoller platzieren.“

Florian Kränzle,
Corporate Communications
BRAIN FORCE Software GmbH

Kontakt:
Anett Hahn,
PR-Beraterin,
vibrio. Kommunikationsmanagement
Dr. Kausch GmbH,
Edisonpark Haus C, Ohmstraße 4,
D-85716 Unterschleißheim,
Phone +49 (0) 89 3215170
anett.hahn@vibrio.de
www.vibrio.de

Online-Umfrage als Instrument für Vertrieb, Marketing und PR

Die Voraussetzung, um erfolgreich im Wettbewerb zu bestehen, ist es, das Kerngeschäft regelmäßig zu analysieren, um Kundenbedürfnisse und Marktveränderungen frühzeitig zu erkennen und Produkte und Dienstleistungen anzupassen oder neu zu entwickeln. Die Ergebnisse der Marktanalysen dienen nicht nur dem Business und Product Development sowie dem Vertrieb, sondern können zudem für Marketing- und PR-Aktivitäten genutzt werden.

BRAIN FORCE, ein IT-Unternehmen für Software und Services, beauftragte vibrio mit der Konzeption und Umsetzung einer Marktanalyse zum Thema „Client und Application Management“. vibrio empfahl hierfür eine webbasierte Umfrage unter Kunden und potentiellen Kunden, die effizient und vor allem zügig realisiert werden konnte.

VOM FRAGEBOGEN BIS ZUR AUSWERTUNG

Um alle bereichsübergreifend relevanten Themenkomplexe zu berücksichtigen, entwickelte vibrio den Fragenkatalog gemeinsam mit den Ansprechpartnern aus Presse, Marketing und Vertrieb. Die Programmierung des Fragebogens, die Gestaltung des Webseiten-Layouts und das Hosting der Webseite lag ebenfalls bei vibrio. Per E-Mail wurden Verantwortliche in 2.000 Unternehmen jeder Branche und Größe in Deutschland und Österreich aufgerufen, sich an der Studie zu beteiligen.

Die Ergebnisse der Umfrage hat vibrio detailliert ausgewertet und in einem White Paper und weiteren zielgruppenspezifischen Texten als auch in Grafiken aufbereitet.

GROSSE ÖFFENTLICHE RESONANZ

Neben der internen Verwendung der Umfrageergebnisse zur Optimierung bestehender und Entwicklung neuer Angebote, die die Wünsche des Marktes noch besser berücksichtigen, wurde die Studie auch für eine umfangreiche Öffentlichkeitsarbeit genutzt.



So initiierte vibrio die ausführliche Exklusivberichterstattung auf www.silicon.de, einem der führenden B2B-IT-Informationsangebote im deutschsprachigen Internet. Anschließend wurde eine Pressemitteilung an Fach- und Branchenmedien verschickt, die breite Resonanz fand. Zudem wurden die Ergebnisse auf der BRAIN FORCE Webseite sowie im unternehmenseigenen Kundenmagazin „Spirit 1“ veröffentlicht.



Auch die geplanten Marketing-Aktionen wurden auf der Basis der Umfrageergebnisse kritisch geprüft und wo nötig überarbeitet, um die noch genauere Zielgruppenansprache mit geringen Streuverlusten zu gewährleisten. Aufgrund des kostenlosen, aber registrierungspflichtigen Downloads des White Papers zur Studie konnte BRAIN FORCE zudem Kontaktdaten von Interessenten generieren, um diese für künftige Marketing-Kampagnen zu verwenden.

