

Untersuchung zu Werbeformen im Dienstleistungssektor

Management Summary zur Elite News-Studie:

- Die Marktforschung wurde telefonisch, persönlich und per Fragebogen ausgeführt.
- Es wurden 5.000 Dienstleister gefragt (die Kontakte wurden homogen aus ganz Deutschland von Industrie- und Handelskammern und gängigen Branchenbüchern bezogen).
- Die Umfrage wurde in über 70 Branchen durchgeführt.
 - Dazu zählten (Auszug)
 - Handwerk (zahlreiche versch. Branchen)
 - Autowerkstätten
 - Ärzte (sämtliche Fachrichtungen)
 - Dienstleistungs-Betriebe wie Friseure, etc.
 - Makler
 - Finanzberater
 - Versicherungsvermittler
 - und zahlreiche weitere.

Ergebnisse der Studie:

- Internet-Empfehlungsportale (z. B. KennstDuEinen.de, Quipe.de, etc.) sorgen heute für deutliche Zugewinne an Neukunden bei Dienstleistern in allen Branchen, bis hin zu Medizinern.
- Eine eigene Homepage im Internet ist nicht ausreichend.
- Die meisten Dienstleister machen „klassische“ Werbung wie Flyer, obwohl diese Maßnahmen nach der Untersuchung lediglich im geringen zweistelligen Prozentbereich für Neukunden sorgen.

ELITE NEWS

- Auch lokale Anzeigenwerbung ist wenig erfolgreich, je nach Branche richtet nur ein knappes Viertel der pot. Neukunden die Entscheidung nach solchen Werbeformen.
- Die im Internet abgebildete persönliche Empfehlung eines anderen Nutzers sorgt für einen hohen Vertrauensbonus bei den potentiellen Neukunden.
- Eine Kombination aus Präsenz im Internet (Homepage, Microsite, etc.) und der persönlichen Empfehlungen kann je nach Branche für mehr als zwei Drittel der Neukunden sorgen.
 - Hier lagen durchschnittliche Steigerungen zwischen 45 und 70 Prozent vor.
- Die Online-Empfehlung gehört damit „wohl zu den von allen untersuchten Branchen am häufigsten unterschätzten Marketinginstrument“.