

## Benchmark-Analyse

Mit der Kundenfreundlichkeit des Internetauftritts und der Kundenorientierung bei der Nachverfolgung von Kontakten beschäftigt sich eine Benchmark-Analyse der HT-CON Unternehmerberatung.



Hedwig Tuss

Im Vergleich von 50 Unternehmen der Branche der Chemischen Analytik wird der Frage nachgegangen, ob das Medium Internet und die sich daraus ergebenden Kontakte bei der Kundenorientierung der Firmen eine Rolle spielt.

In den vergangenen Jahren hat das Internet viele Möglichkeiten eröffnet, um als potenzieller Kunde mit dem entsprechenden Unternehmen in Kontakt zu treten. An Hand einer Informationsanfrage über das Medium Internet wird verdeutlicht, wie einige Firmen der Branche Chemische Analytik ihren Internetauftritt diesbezüglich ge-

Über die E-Mail-Kontaktadresse oder das Kontaktformular der Homepage wird eine kurze Informationsanfrage gestartet.

Dann wird es spannend: ob und wie reagieren die Unternehmen und wie schnell bearbeiten sie die Anfrage? Was wird an den potenziellen Kunden verschickt und wie lange dauert das? Wie gestaltet sich das Anschreiben? Wird der Kontakt weiter verfolgt?

Dazu wurden 50 Firmen der Branche Instrumentelle Analytik und Life Science genauer unter die Lupe genommen. Ausgewählt wurden u.a. einige der „Großen“ der Branche wie Agilent, Waters, Shimadzu, Analytik Jena, VWR, Qiagen und BioRad, aber auch kleinere Unternehmen wie z. B. Retsch, Hettich, Lauda, Sykam und Kronlab.

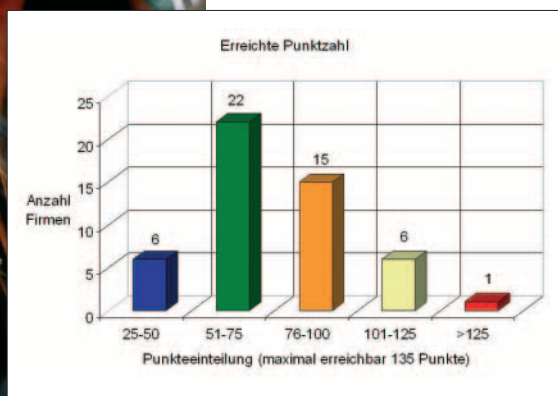
Die Ergebnisse dieser Fragen werden in der Analyse nach verschiedenen Kriterien der Kundenfreundlichkeit zusammengefasst und bewertet.

Gerade in Zeiten von knappen Märkten und Ressourcen ist die Kundenfreundlichkeit ein entscheidendes Kriterium für den Kauf.

Die Benchmark-Analyse zeigt, dass in einigen Bereichen die Kundenorientierung der Unternehmen noch verbesserungsfähig ist.

Die Analyse kann angefordert werden bei

HT-CON Unternehmerberatung  
Ladenspehlderstr. 65  
45147 Essen  
info@htcon.de  
www.htcon.de



### Gesamtbewertung der Ergebnisse

staltet haben und wie ihre Nachverfolgung der Kontaktaufnahme aussieht.

Als Einstieg wird die Auffindbarkeit des jeweiligen Unternehmens bei der Suchmaschine Google gewählt. Mit wie viel Klicks wird die Adresse oder das Kontaktformular gefunden?