
Benchmarkanalyse Instrumentelle Analytik

Kundenorientierung
Internet und Kontakt

Individuelle Auswertung
Firma XYZ GmbH

Voraussetzungen

Ziel der Studie:

Monitoring der Kundenorientierung im Internetauftritt und in der Kontaktnachverfolgung

Zeitraum:

11. April 2005 – 17. Juni 2005

Zielgruppe:

50 Unternehmen der Branche Instrumentelle Analytik,
Hersteller/Lieferanten für Geräte, Zubehör und Chemikalien

Beteiligte Unternehmen

| Firma |
|--------------------|
| Agilent |
| Analytik Jena |
| Axel Semrau |
| BioRad |
| Biotek |
| Bischoff |
| Bochem |
| Brand |
| Büchi |
| C3-Analysentechnik |
| Carl Roth |
| Dionex |
| Elgalab |
| ERC-HPLC |
| Gilson |
| Hach-Lange |

| Firma |
|-----------------|
| Heidolph |
| Hellma |
| Hettich |
| Hirschmann |
| Julabo |
| Knauer |
| Kraft |
| Kronlab |
| Lauda |
| LTB-Berlin |
| Malvern |
| Metrohm |
| Mettler-Toledo |
| Millipore |
| Olympus |
| PerkinElmer |
| Pfeiffer-Vacuum |

| Firma |
|------------------|
| Polytec |
| Qiagen |
| Raytest |
| Retsch |
| Sartorius |
| Schambeck |
| SchleicherSchüll |
| Sentech |
| SGE |
| Shimadzu |
| Skalar |
| Sykam |
| Thermo |
| Varian |
| VWR |
| Waters |

Vorgehensweise

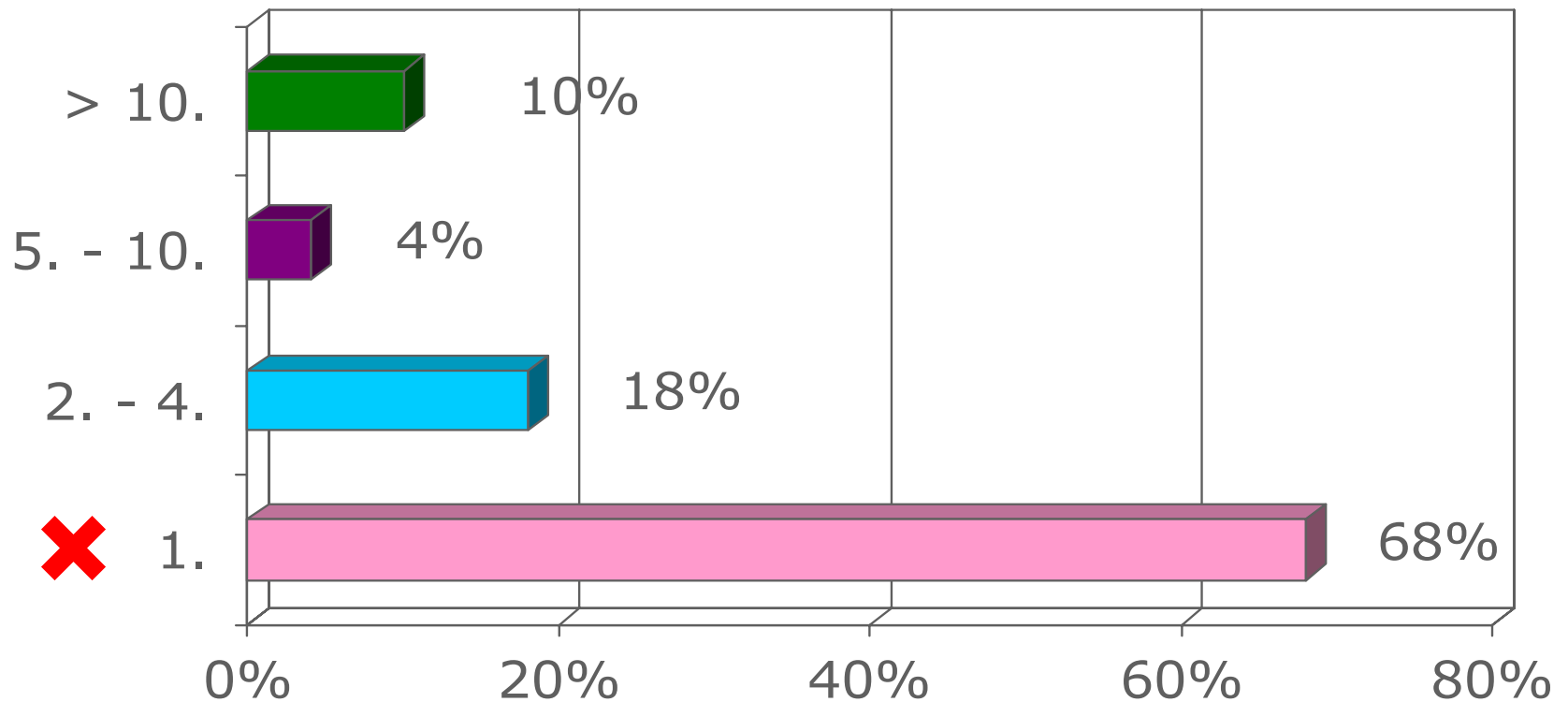
1. Suche des Unternehmens im Internet über GOOGLE
 - Google hat 76 % Marktanteil bei den Suchmaschinen
 - Suchergebnisse nach der 5.Position werden nicht wahrgenommen
2. Suche nach Adresse und Kontaktformular
 - Über einen eindeutigen Link im Suchergebnis
 - Internetuser verlassen die Site nach 3-4 Klicks, wenn kein Ergebnis vorliegt
3. Informationsanfrage durch E-Mail/Formular
 - Einfache Eingabe
4. Monitoring der ersten Reaktionen
 - Response E-Mail, Telefonat
5. Erhalt der geforderten Unterlagen
 - E-Mail, Post, Paketdienst
6. Bewertung der Kundenorientierung
 - Anschreiben, Prospekt, Prospekt und Preisinformation
7. Gesamtbewertung

Individuelle Ergebnisse

Die Einzelergebnisse des untersuchten Unternehmens in Bezug auf die gemittelten Ergebnisse sind **Rot** markiert **×** bzw. mit einem **roten Textfeld** versehen.

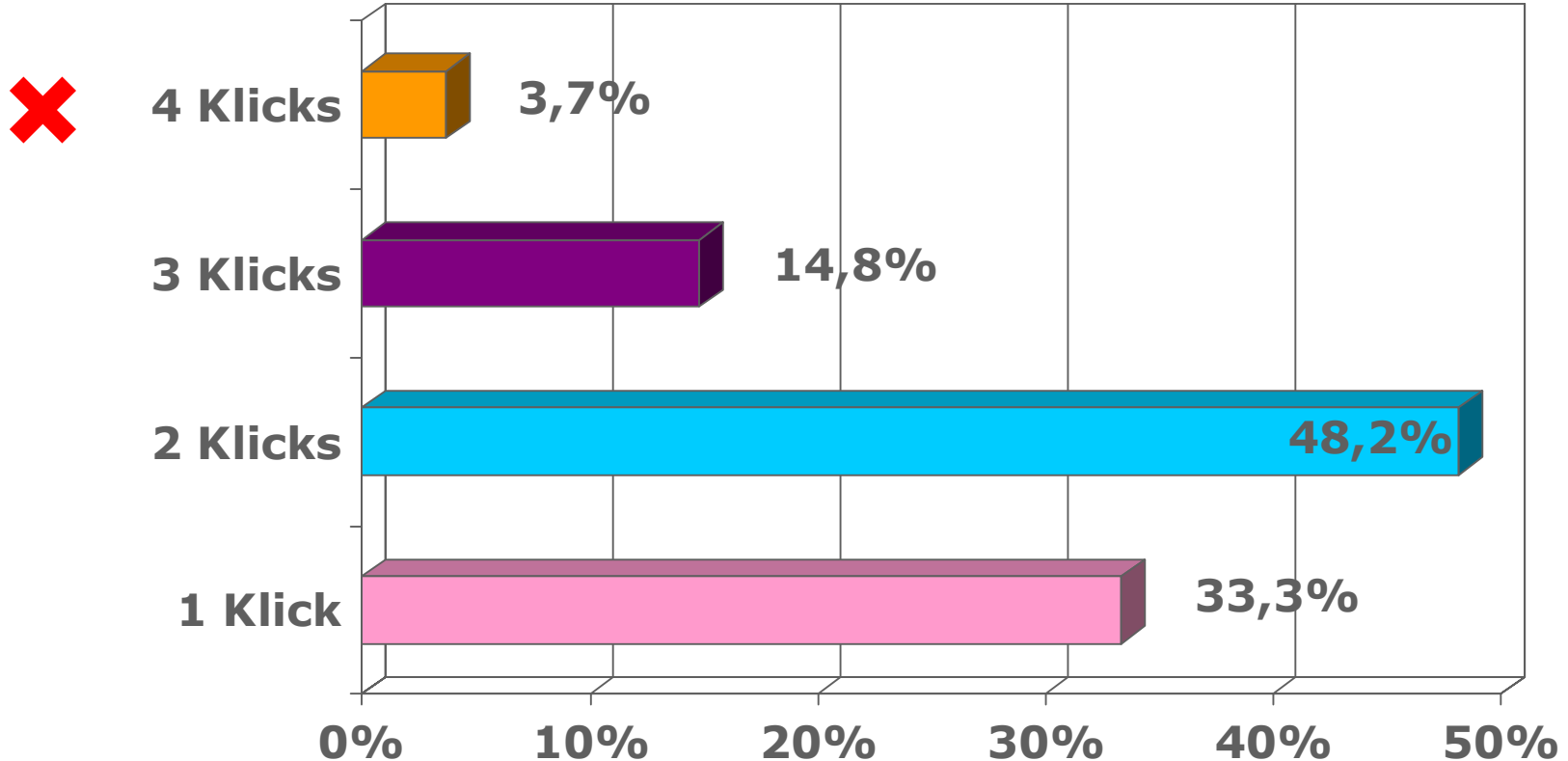
Eine Kurzanalyse des Gesamteindrucks und die Positionierung im Vergleich zu den anderen Unternehmen erfolgt am Ende der eigentlichen Präsentation.

Position Suchmaschine Google



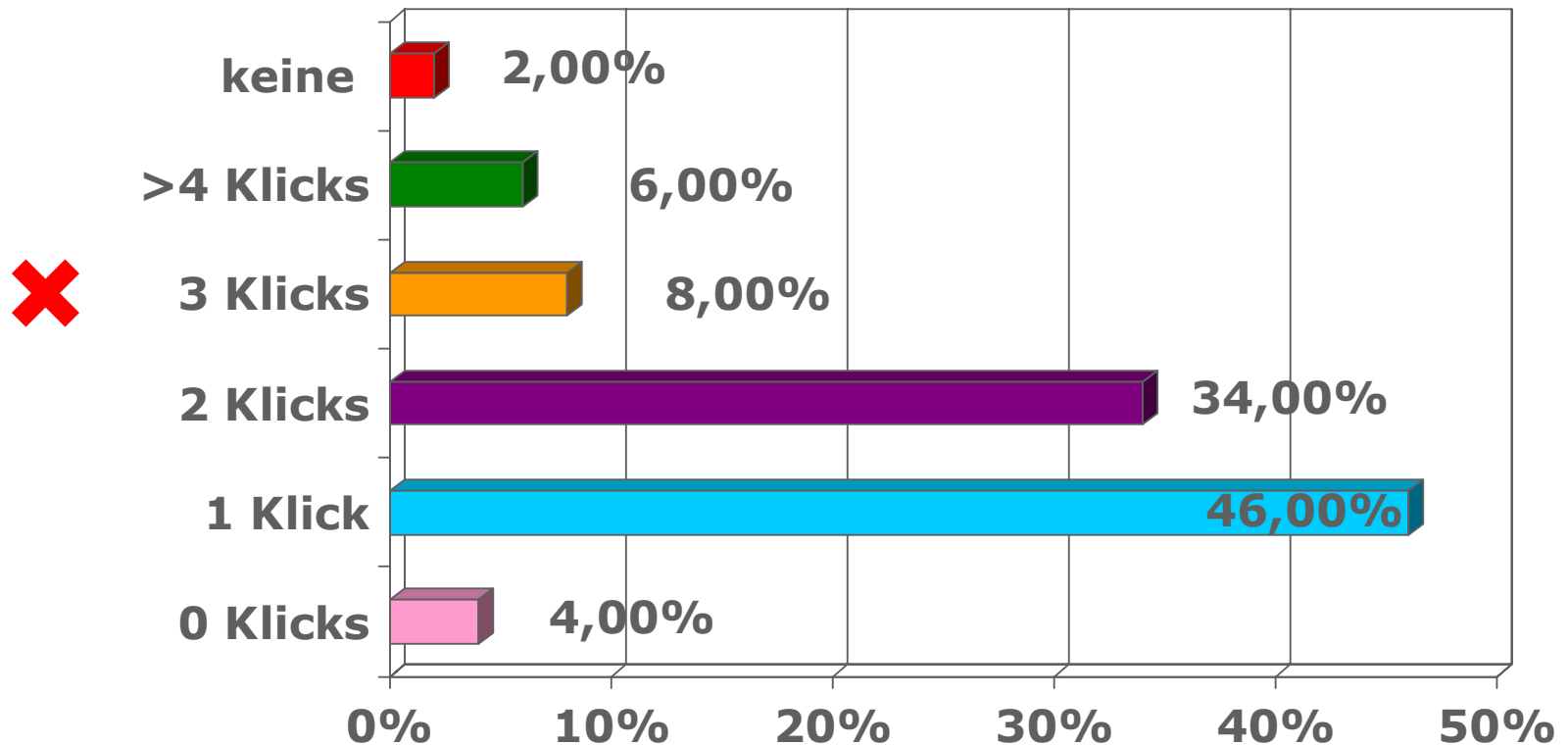
Die Auffindbarkeit des Unternehmens ist zufriedenstellend

Anzahl Klicks Kontaktformular



Mit 4 Klicks zum Formular gibt es hier Verbesserungspotenzial

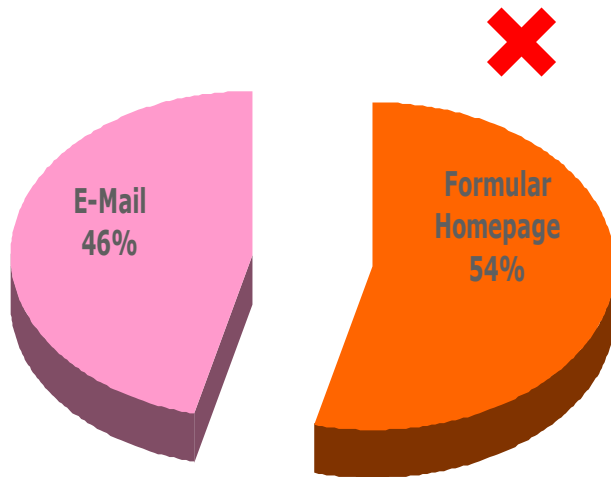
Anzahl Klicks Anschrift



Entsprechend dem Surfverhalten der Anwender genügt die Suche den Anforderungen

Kontaktaufnahme

Kataloganforderung mit Kontaktformular



**Anfrage per E-Mail
oder Kontaktformular
der Homepage**

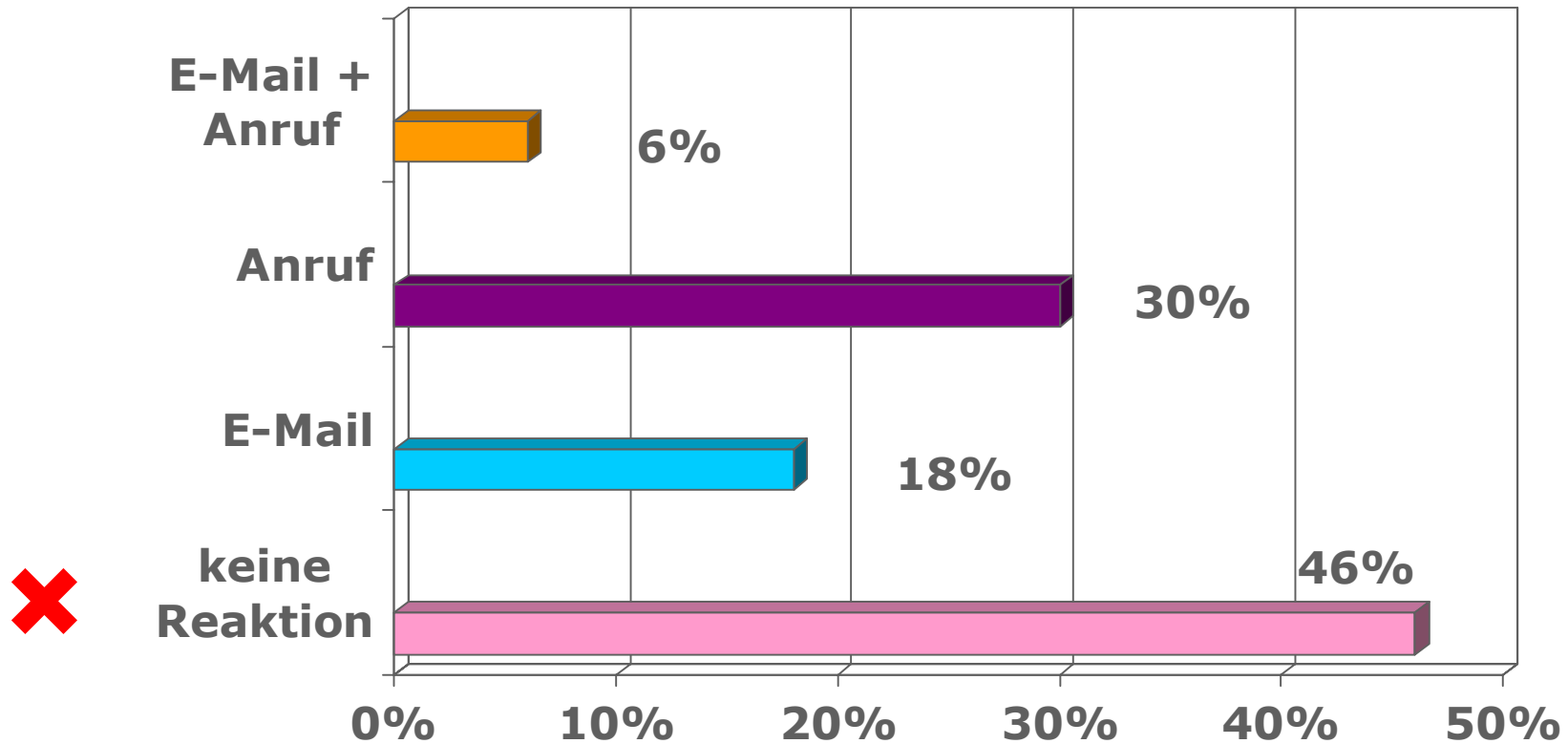
Sehr geehrte Damen und Herren,

für eine internationale Ausschreibung benötigen wir Informationsmaterial über den
Für eine Zusendung der notwendigen Materialien sind wir Ihnen sehr dankbar.

Mit freundlichen Grüßen

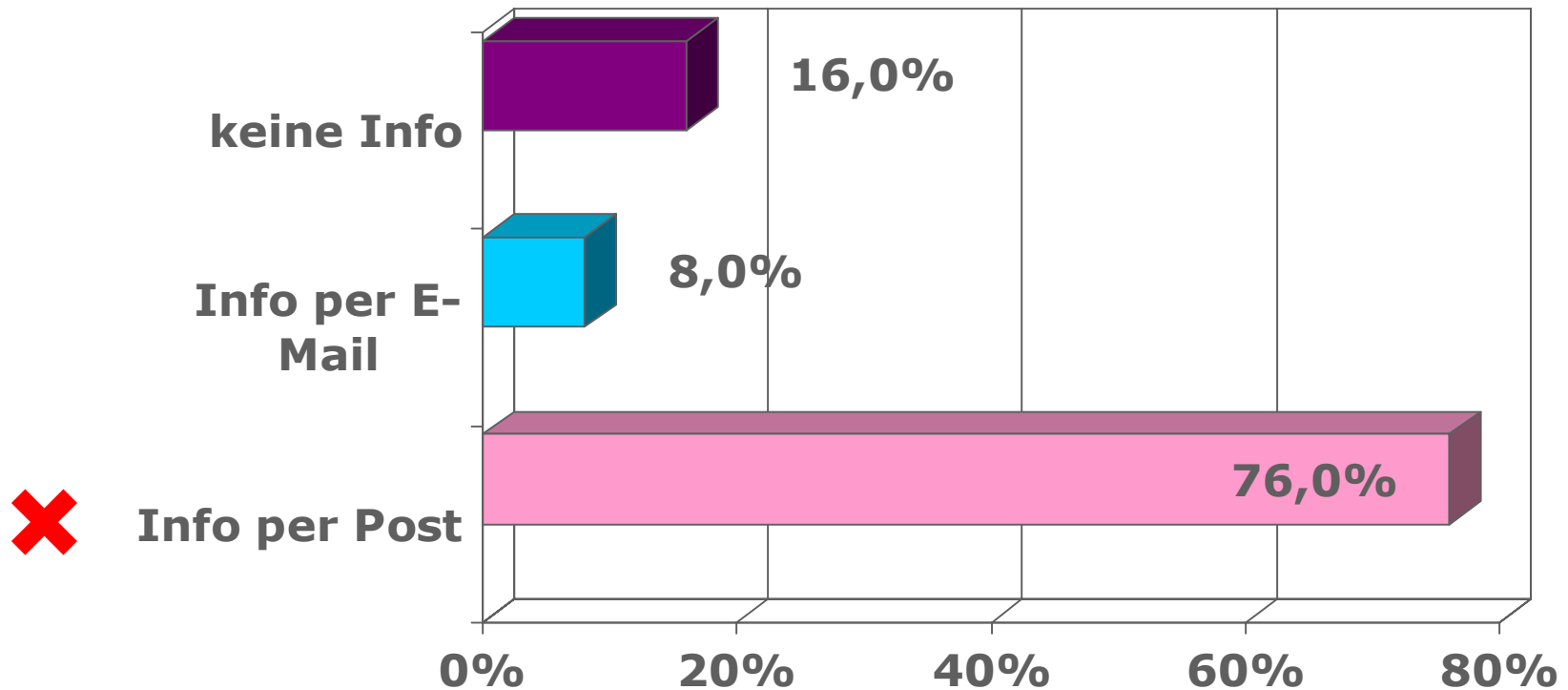
Dr. Hedwig Tuss
HT-CON Unternehmerberatung
Ladenspelderstr. 65
45147 Essen
Tel: 0201-4360252
Fax: 0201 4360481
E-Mail: info@htcon.de

Unmittelbare Reaktion auf den Kontakt

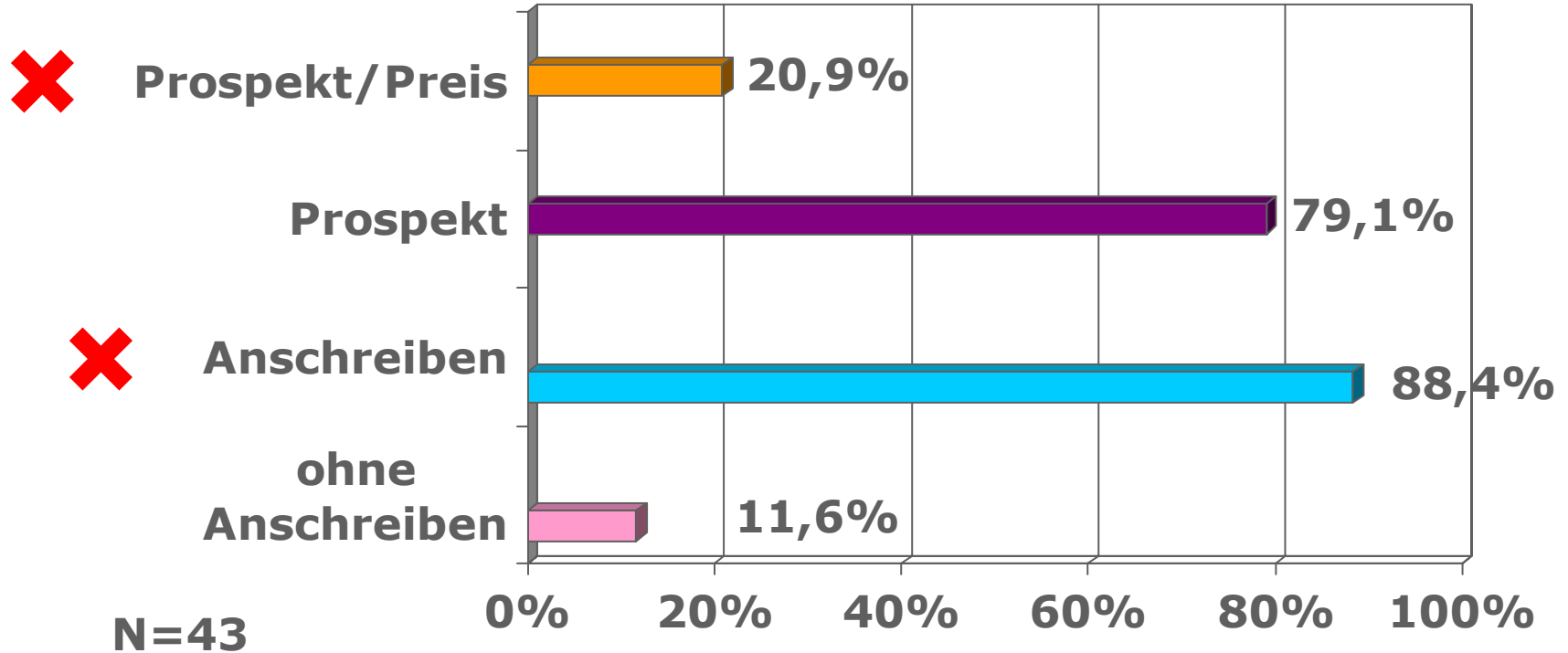


Nur etwas mehr als die Hälfte der Firmen bemüht sich um den direkten Kontakt zum potentiellen Kunden

Zustellung des Infomaterials

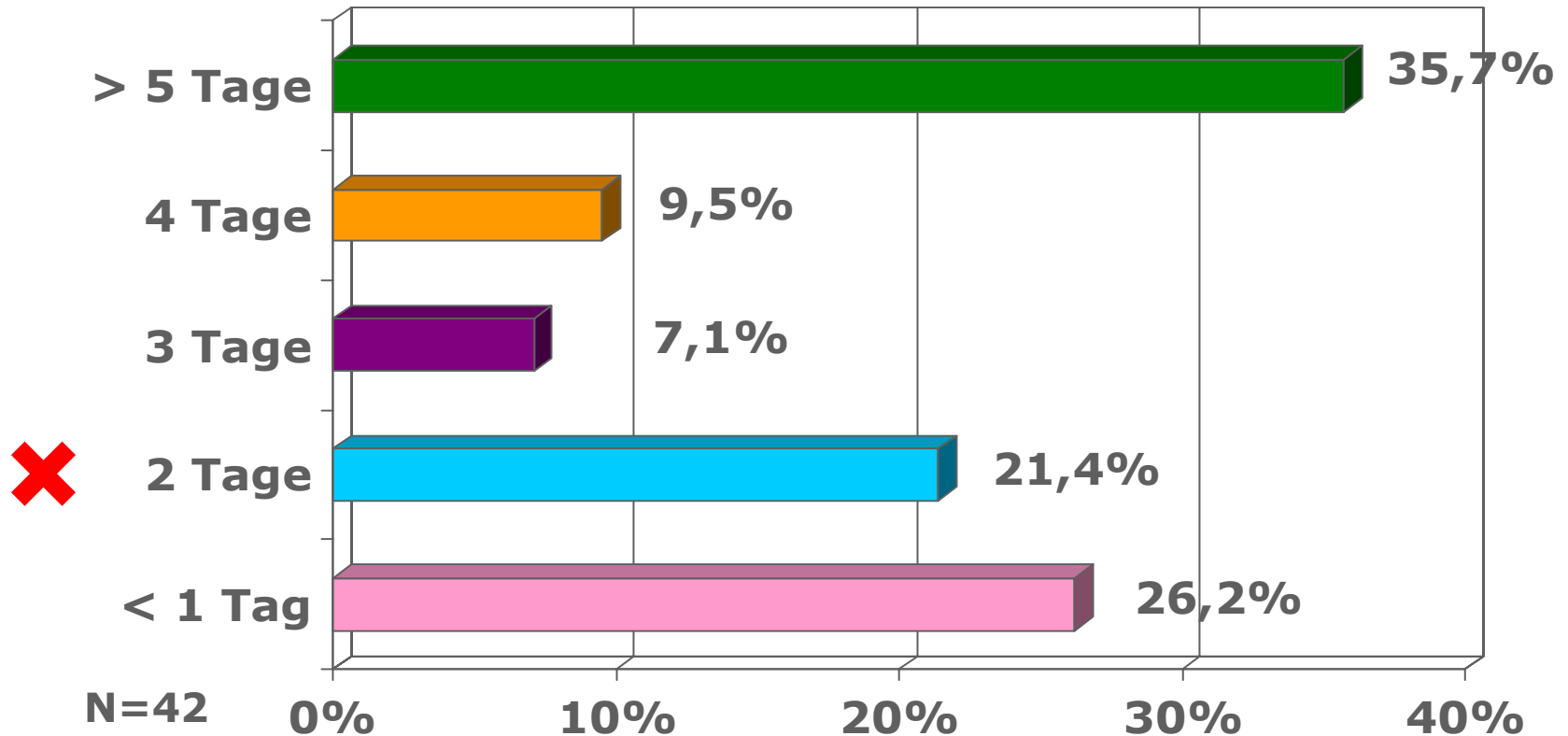


Informationsmaterial



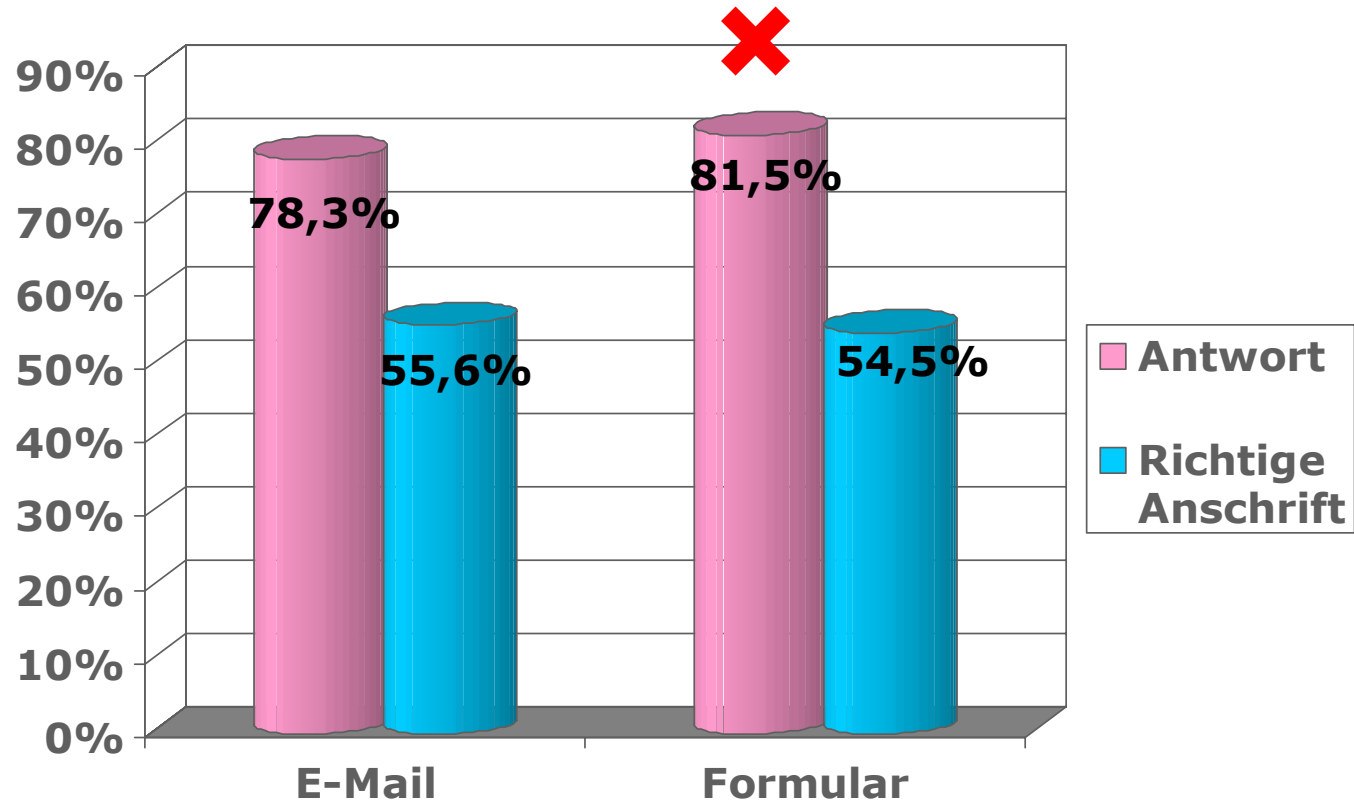
Versand mit einem persönlichen Anschreiben und der Preisliste

Zeitverlauf



Die Reaktionszeit von XYZ GmbH war mit 2 Tagen zufriedenstellend

Korrelation Kontaktaufnahme- Richtigkeit der Anschrift



Das Anschreiben war persönlich, die Anschrift fehlerhaft.

Bewertungssystem

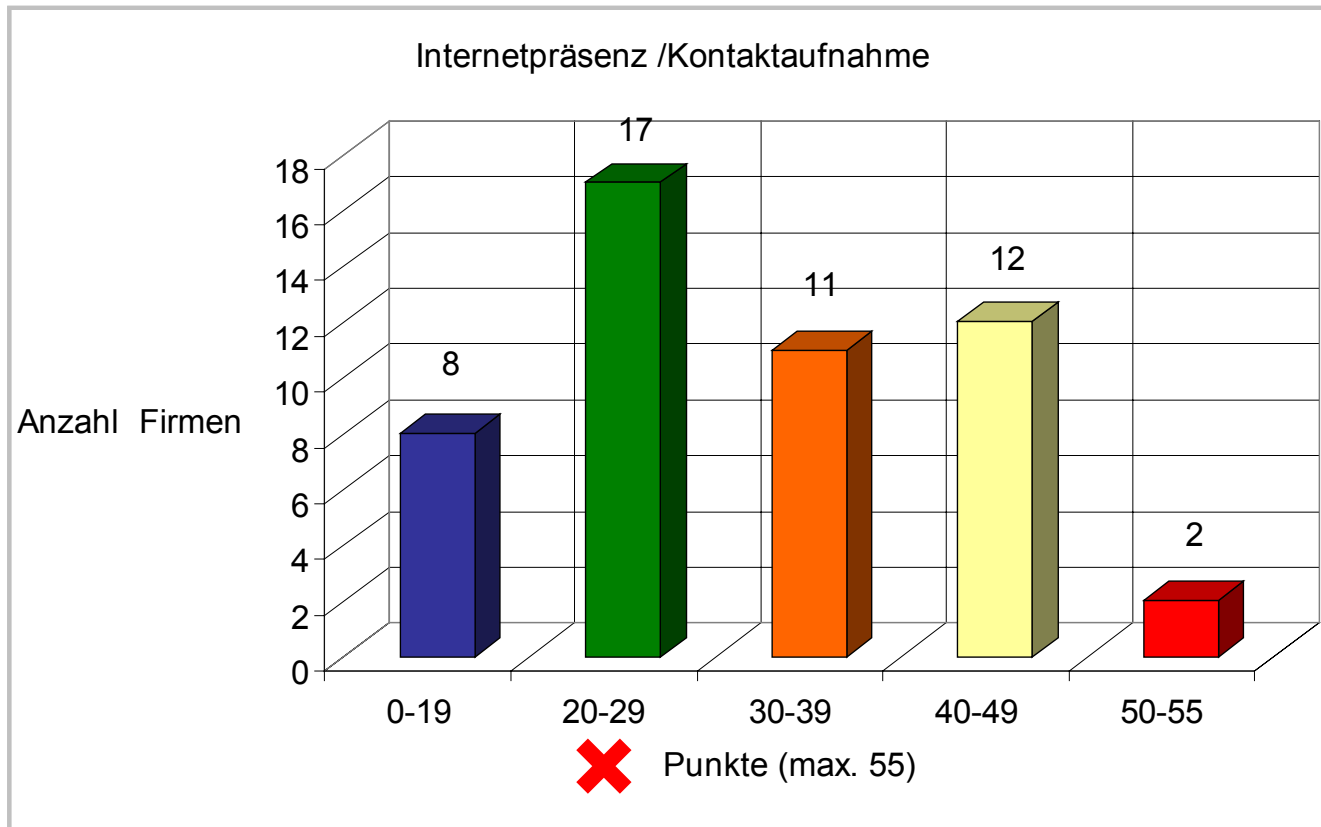
| Position Google | Punkte | Anzahl Klicks Anschrift | Punkte | Anzahl Klicks Formular | Punkte |
|-----------------|--------|-------------------------|--------|------------------------|--------|
| 1. Position | 10 | 0 | 20 | 1 | 20 |
| Position < 5 | 5 | 1 | 10 | 2 | 10 |
| Position < 10 | 2 | 2 | 5 | 3 | 5 |
| | | 3 | 2 | >3 | 0 |
| | | >3 | 0 | | |
| Erstkontakt | | 1. Reaktion | Punkte | Zeitverlauf | Punkte |
| E-Mail | 5 | E-mail | 5 | < 1Std | 10 |
| Formular | 10 | Anruf | 5 | < 1Tag | 8 |
| | | | | > 1 Tag | 5 |

| Post/Mail | Punkte | Zeitverlauf | Punkte |
|-----------|--------|-------------|--------|
| Post | 10 | < 1Tag | 10 |
| Mail | 5 | 2 Tage | 8 |
| | | 3 Tage | 6 |
| | | 4 Tage | 4 |
| | | >5 Tage | 2 |

| Material | Punkte | Anschreiben | Punkte |
|----------------|--------|---------------------|--------|
| Anschreiben | 10 | korrekte Adresse | 10 |
| Prospekt | 10 | Verweis auf Kontakt | 10 |
| Prospekt/Preis | 15 | | |

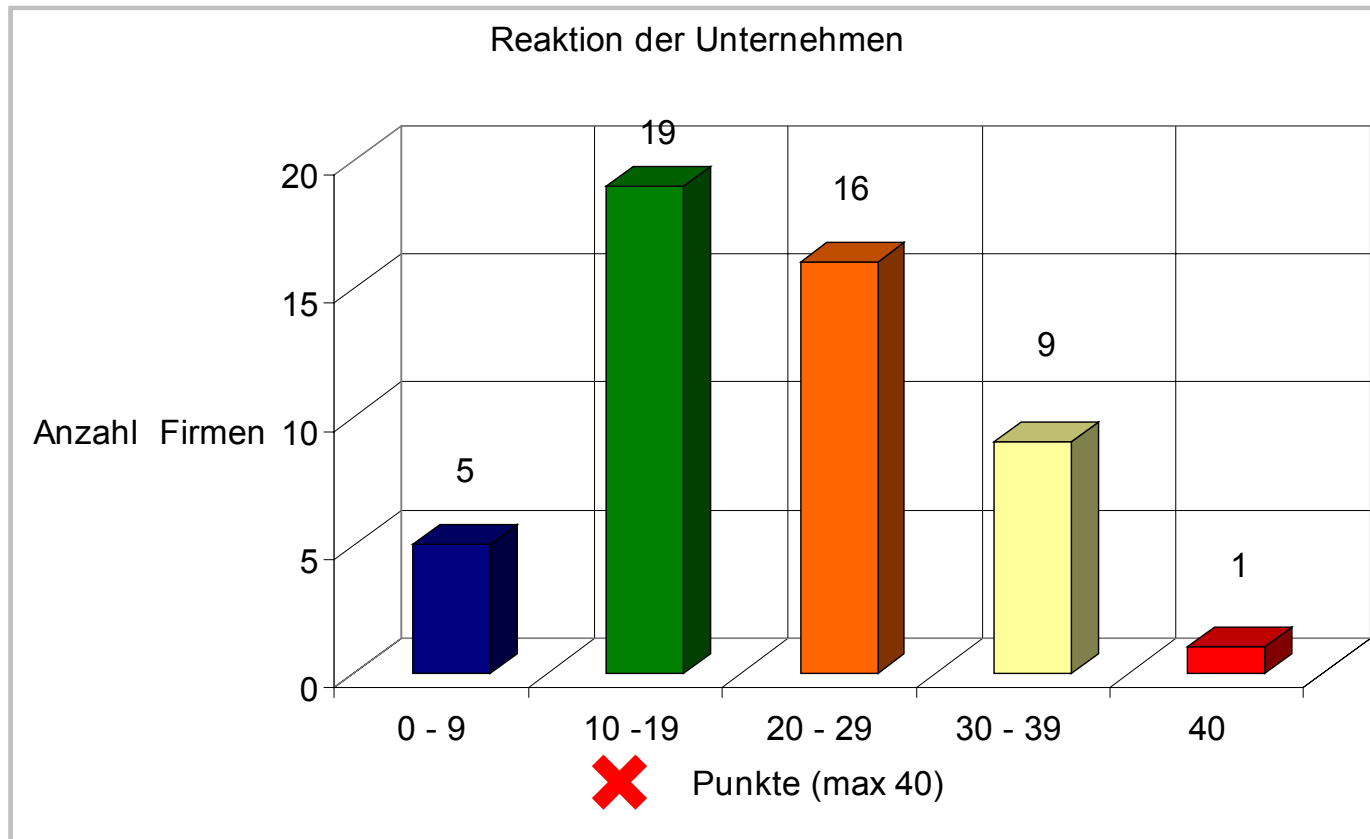
MAXIMAL GESAMTPUNKTE 135

Bewertung Kundenfreundlichkeit Internet und Kontaktaufnahme



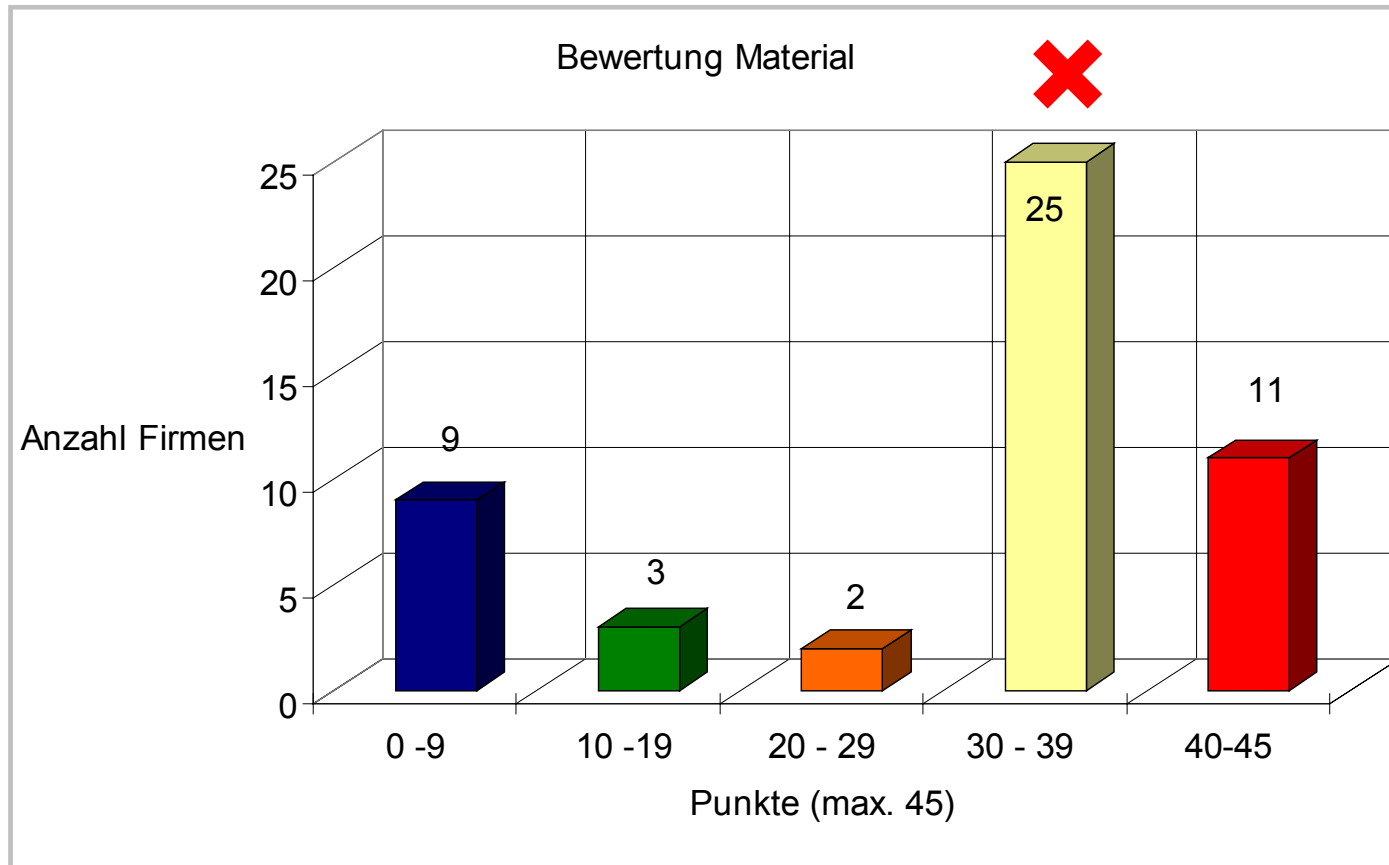
**Mit 22 Punkten belegt XYZ GmbH in dieser Kategorie
Platz Nr. 40**

Bewertung Reaktion



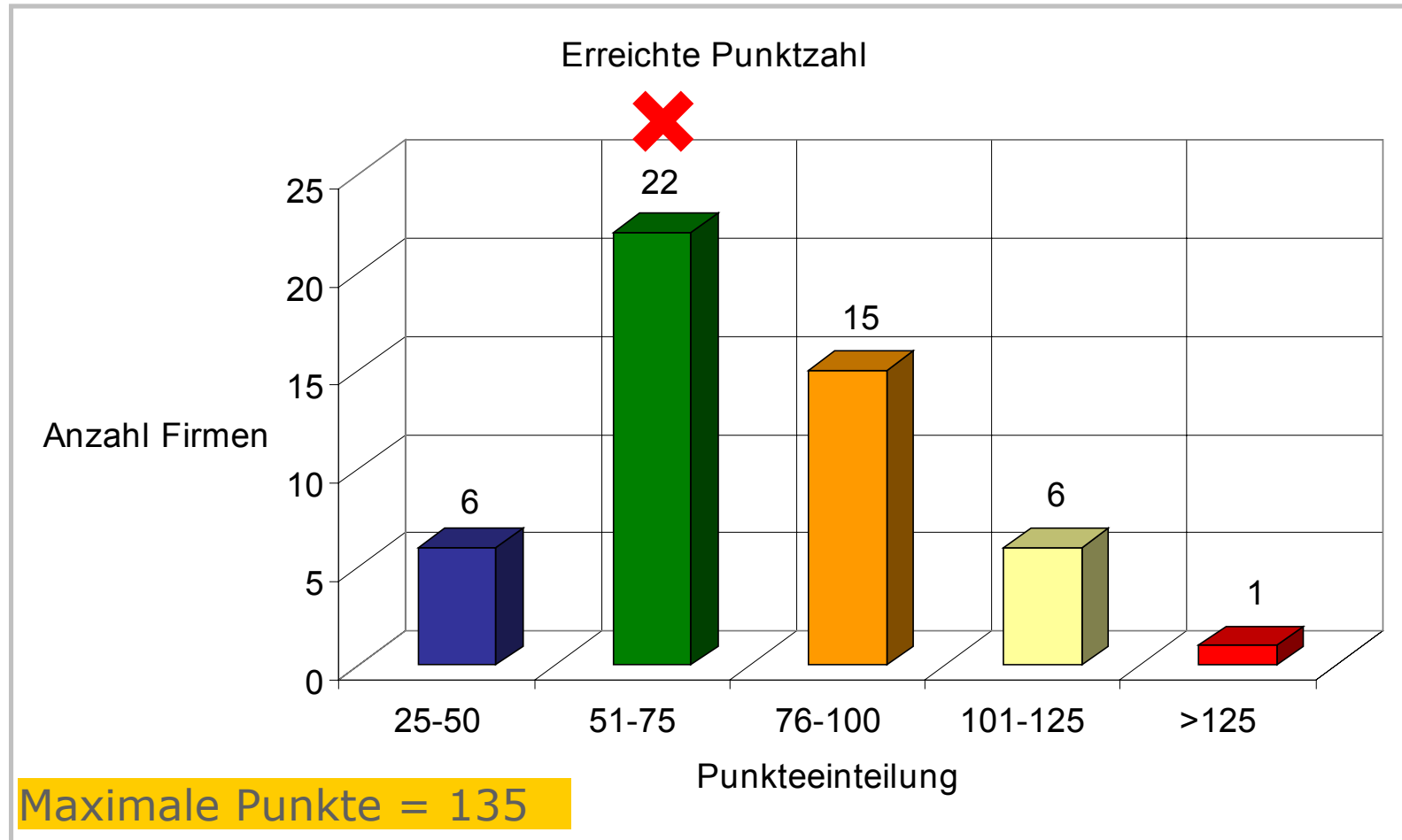
Mit 18 Punkten in dieser Kategorie belegt XYZ Platz Nr. 35

Bewertung Material



XYZ GmbH belegt mit 30 Punkten in dieser Kategorie Platz Nr. 27

Gesamtbewertung



Mit 70 von 135 möglichen Punkten belegt XYZ GmbH Platz Nr. 32

Fazit: XYZ GmbH

Die XYZ GmbH findet sich bei der Benchmark-Analyse im Mittelfeld aller untersuchter Unternehmen.

Der Internetauftritt ist klar und deutlich gegliedert, die Auffindbarkeit von Adresse (Impressum) und Kontakt kann verbessert werden (mehr Kundenfreundlichkeit).

Die Zustellung des Katalogs und der Preisliste erfolgt zeitnah innerhalb von 2 Tagen.

Das Informationsmaterial ist ausführlich und ausreichend.

Das Anschreiben ist persönlich gehalten. Die Anschrift auf dem Brief ist nicht korrekt eingegeben

Der 32. Platz bei der vorliegenden Benchmark-Analyse lässt noch Raum für Verbesserungen bei der Umsetzung zu mehr kundenorientiertem Verhalten.