



DACH MEDIA CONSUMPTION

2017 Studie mit mehr als 150 Befragten



2 - 3 Mitarbeiter sind durchschnittlich bei bedeutenden IT-Entscheidungen involviert



Bis zu 70% sagen, dass IT-Manager bzw. Direktoren die größte Rolle bei IT-Einkäufen spielen. Auch IT-Spezialisten sind bis zu 65% bei solchen Entscheidungen involviert.

50%

50% aller IT-Spezialisten können beim Kauf einer IT-Lösung ein **Veto** einlegen.



60%

60% der Befragten bevorzugen nach dem Download von Inhalten den Kontakt per Email - mit Empfehlungen zu weiteren Inhalten und Fallbeispielen. Nur 12% möchten direkt per Telefon kontaktiert werden.

75% der IT-Manager verlassen sich bei der Recherche auf ihr Team



80 %

80% sagen, dass Kosten und Vergleichbarkeit die wichtigsten Informationen sind, die IT-Entscheider über das Produkt im Voraus erfahren wollen.



65%

65% empfinden es für wichtig, die Marke des Anbieters während ihrer Recherche gesehen zu haben, bevor sie diese in die engere Auswahl nehmen.



89%

89% wünschen sich, dass sich Vertriebsmitarbeiter im Voraus mehr über sie und ihre speziellen Bedürfnisse informieren würden, bevor Sie ihre potentiellen Käufer kontaktieren.

94%

94% sagen, dass **Anrufe von IT-Anbietern zu möglichen Produkteinkäufen nicht hilfreich sind**. Sie wünschen sich eine konkrete auf sie zugeschnittene Beratung, um eine Entscheidung treffen zu können.



IT-Rechercheverhalten

Mehr als 60% nehmen eine lange Recherche von unabhängigen Inhalten vor, bevor sie sich mit konkreten Anbietern befassen.



Mind. 3 - 5 Inhalte werden durchschnittlich konsumiert, bevor IT-Entscheider Kontakt mit einem Anbieter aufnehmen wollen.



Übersicht zum Konsum der Inhalte in DACH

