2022 Media Consumption Study

Fakt oder Fiktion: Die vertreterfreie Kauferfahrung

Seit 15 Jahren durchgeführt, bietet TechTargets Media Consumption Study außerordentlich wertvolle Einsichten darüber, wie Technologie-Käufer ihre Kaufrecherchen durchführen, basierend auf aktueller Marktentwicklung. Erkunden Sie hier die Ergebnisse von über 76 Fachkräften im Raum DACH, dieses Jahr mit einer brandneuen Komponente: „Was Vermarkter glauben vs. was Käufer wirklich denken"

In dieser Infografik beleuchten wir das stets zunehmende Bedürfnis von IT-Käufern, fernab aufdringlicher Verkaufsgespräche Informationen zu erhalten und stellen Tipps für die Gestaltung Ihrer digitalen Marketingstrategie bereit, damit sich diese dem Wandel der Kundenrecherche vor dem Kauf anpasst.

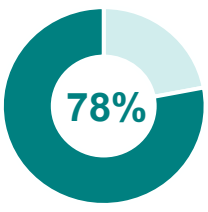
Der Wissenserwerb von Käufern erfüllt akute Bedürfnisse, sodass digitale Recherche zur Pflicht wird

6 Std. 59 Min.
so lange sind wir durschnittlich **jeden Tag** online

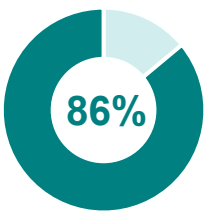
13 Markeninhalte

werden vom Durchschnitts-B2B-Käufer* **jeden Monat** konsumiert.

Quelle: https://www.marketingcharts.com/industries/business-to-business-112579



der B2B-Käufer gaben an, Auswahlkriterien entwickeln zu können oder eine Anbieterliste auf Basis allein digitaler Inhalte fertigzustellen.



der B2B-Käufer gaben an, dass sie in einer erdachten Idealwelt nahezu oder in vollständiger Unabhängigkeit von Vertretern agieren würden.

Quelle: 2022 Media Consumption Report: DACH n=40

Profi-Tipps:

- Digitales Marketing ist wichtiger als je zuvor
- Eine Landschaft voller Technologieanbieter erschwert es, am Ball zu bleiben
- Eine Vielzahl an Lösungen für ein Problem bedeutet mehr Recherche im Voraus
- Käufer sehen sich mehr technische Inhalte an
- Dem Kunden über den gesamten Rechercheprozess hinweg präsent zu bleiben und sich von der Masse abzuheben ist nahezu unerlässlich

Was Käufer *wollen*, wenn Vertreter mit Ihnen Kontakt aufnehmen, in eigenen Worten...

"In 95 % aller Fälle haben Vertreter keine Nachforschungen über meine Firma und was diese tut angestellt."

-Technology Manager

"Ich möchte kein Verkaufsgespräch, ich möchte einen Geschäftspartner."

-Director, IT Infrastructure and Cloud Operations

"Am Anfang meiner Recherche bevorzuge ich es, mich in Technologien oder Lösungen zu vertiefen, bevor jemand versucht, mich von einer speziellen Lösung zu überzeugen."

-Technology Manager

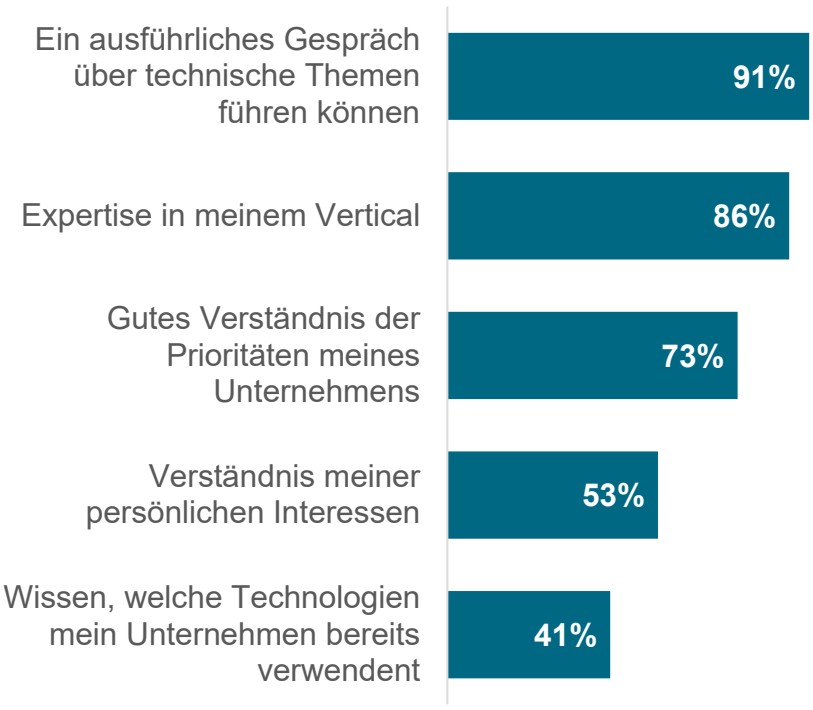
"Sie sind nicht in der Lage, sich auf unser Problem zu fokussieren und bieten mir stattdessen ihre „Lösung" an"

-Technology Staff

Quelle: 2022 Media Consumption Report: DACH n=40

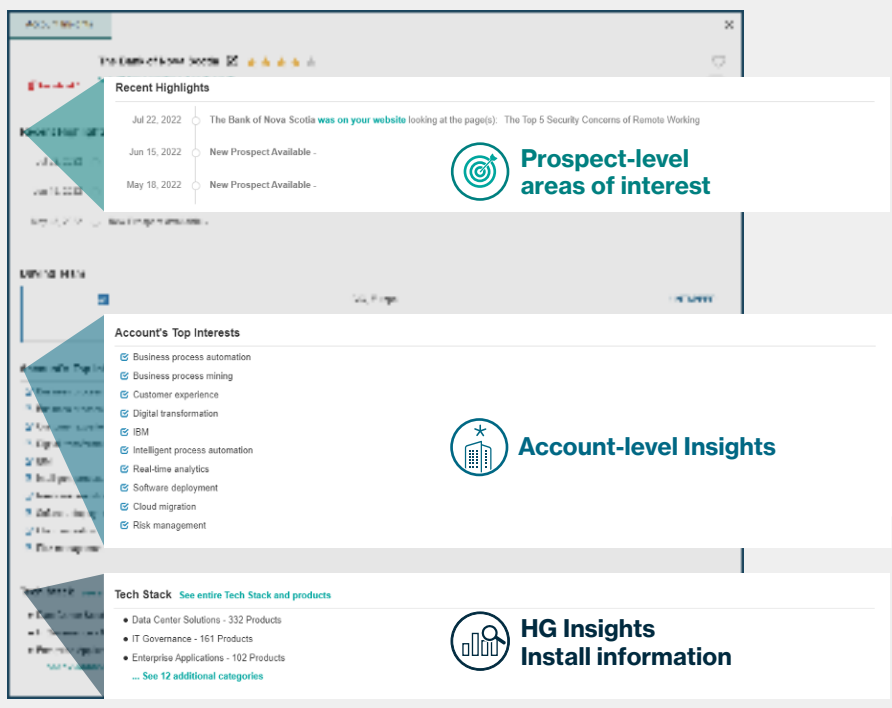
Seien Sie bei der ersten Kontaktaufnahme gut vorbereitet

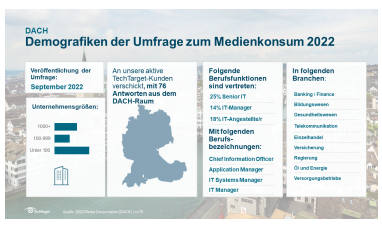
Wenn ein Vertreter eines Technologieunternehmens mit Ihnen Kontakt aufnehmen möchte, wie wichtig sind die Folgenden für ein wertvolles Erstgespräch?



Quelle: 2022 Media Consumption Report: DACH n=40

So hilft Priority Engine...





Schicken Sie eine E-Mail an **corpmarketingemea@techtarget.com** für die Ergebnisse der ganzen Umfrage und um ein Meeting mit unseren Experten zu vereinbaren

Ergebnisse hier

© 2022 TechTarget, Inc.

TechTarget | ComputerWeekly.de