

Research Splitter

Aktuelle Daten und Erkenntnisse aus unseren Research Projekten auf dem Schweizer ICT-Markt

Research Splitter 5, 26. April 2010

Persönliche Kontakte sind angesagt

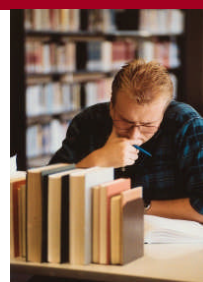
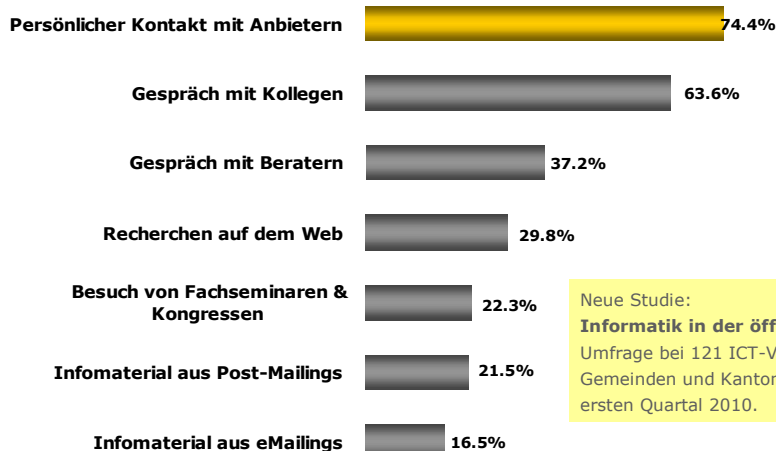
Anwender informieren sich bevorzugt im persönlichen Gespräch mit Anbietern und Kollegen. Elektronische oder auch schriftliche Mailings finden weniger Beachtung.

Was wir in unzähligen Umfragen und Analysen der vergangenen Jahren wiederholt festgestellt haben, bestätigt auch unsere eben abgeschlossene Studie "Informatik in der öffentlichen Verwaltung":

Anwender informieren sich eingehender bevorzugt auf der Basis von persönlichen Kontakten und Gesprächen mit Anbietern und Kollegen. Rund drei Viertel der im Rahmen unserer neuen Studie befragten ICT-Verantwortlichen gaben an, das persönliche Gespräch mit Anbietern als wichtigste Informationsquelle zu nutzen. Damit wird der "Face-to-Face" Kontakt hinsichtlich seiner Bedeutung deutlich höher eingestuft als z.B. elektronische oder schriftliche Kommunikationsinstrumente. Und diese Erkenntnisse widerspiegeln nicht ausschliesslich die Situation im "Public Sektor", unsere Studien und Analysen in anderen vertikalen Märkten zeigen identische Resultate aus den Befragungen von IT-Chefs und Business Managern.

Bewertung der direkten Marktkommunikation der Anbieter

Wie informieren Sie sich bevorzugt über das Marktgeschehen und Informatik-Angebot? Welchen Stellenwert haben persönliche Gespräche, Veranstaltungen, das Web und Mailingaktionen der Anbieter? Mehrfachantworten möglich, in % der befragten Verwaltungen.



Neue Studie:
Informatik in der öffentlichen Verwaltung
Umfrage bei 121 ICT-Verantwortlichen aus
Gemeinden und Kantonen. Durchgeführt im
ersten Quartal 2010.



Research Splitter

Geschätzt werden in erster Linie Verkaufs- und Beratungsgespräche, welche über das Verteilen allfällig neuer Unternehmens- und Produktbroschüren hinausgehen und einen echten Benefit für den Anwender versprechen. Der Kunde erwartet heute von seinen bestehenden oder künftigen ICT-Partnern kompetent vermittelte Informationen über Lösungen und Produkte, welche auf seine aktuellen Gegebenheiten zugeschnitten sind und wertvolle Impulse für seine Investitions- und Projektplanung liefern.

Angesagt sind so gesehen weniger Vertriebskontakte "ab Stange", sondern vermehrt individuell vorbereitete, auf den unmittelbaren Nutzen des Kunden ausgerichtete Gespräche. Verkaufsm Meetings und Gespräche mit konkreten Inhalten und Handlungsempfehlungen zur Bewältigung seiner Herausforderungen bleiben beim Kunden länger haften und versetzen den entsprechenden ICT-Anbieter in eine vorteilhafte Lage gegenüber seinen Mitbewerbern. Für die Anbieter bestehen hier echte Differenzierungsmöglichkeiten mit viel Erfolgspotential.

Basis: Studie "Informatik in der öffentlichen Verwaltung", verlangen Sie weitere Infos mit mail an info@msmag.ch.

MSM Research AG, Freier Platz 6, Postfach 228, CH-8203 Schaffhausen
Telefon 052 624 21 21, Fax 052 624 73 64, www.msmag.ch, briefing@msmag.ch

Märkte kennen - Chancen nutzen