

Matching: Vom Suchen und Finden des guten Rats

Welche Wege nutzen Mittelständler, um den passenden Berater zu finden?

Welche Wege nutzen Mittelstandsberater, um Kunden zu gewinnen?

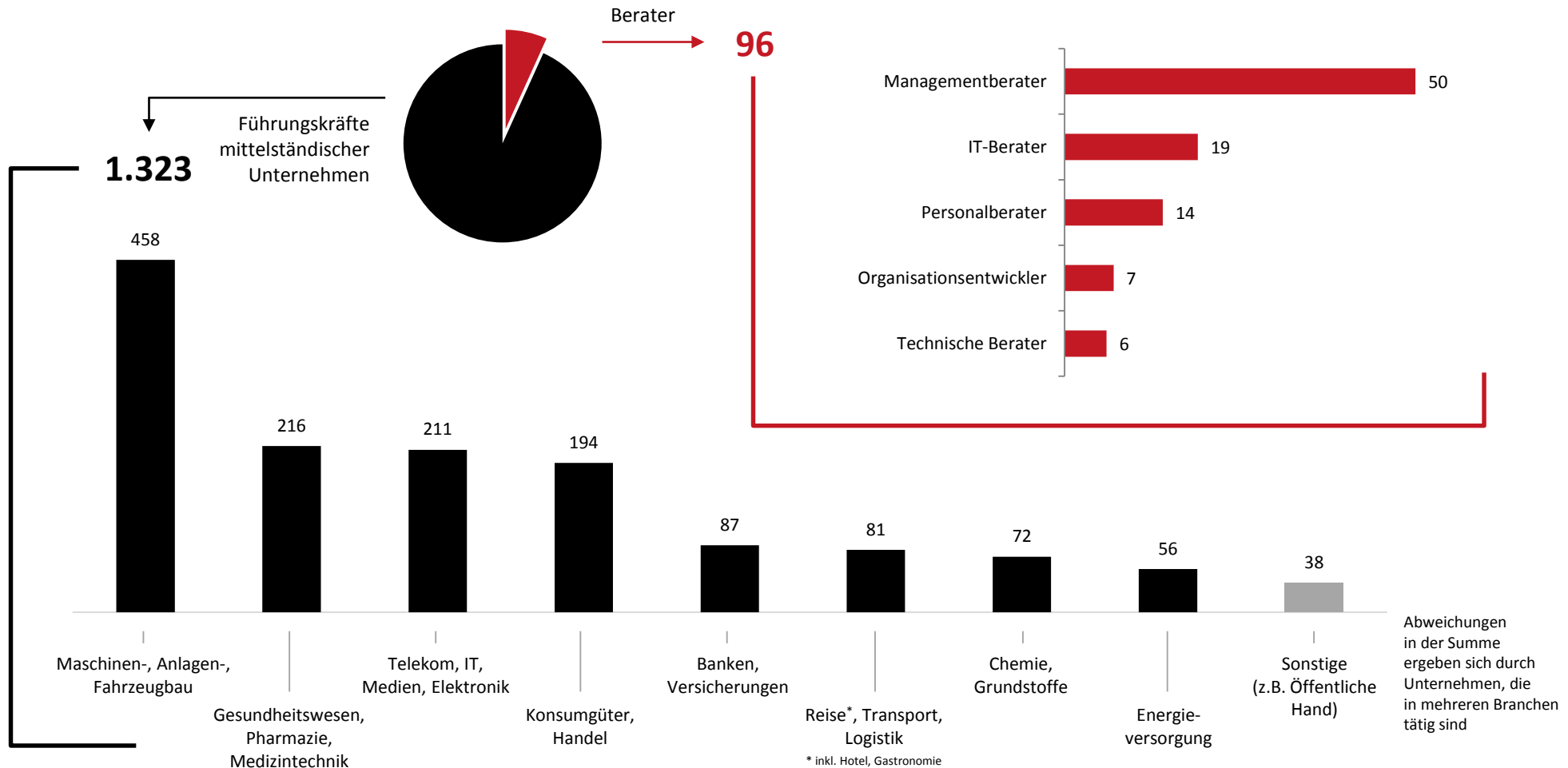
Inhalt

1	Aufbau der Studie	1
2	Studienergebnisse	6
3	Impressum	21

Der Mittelstands-Report 2017

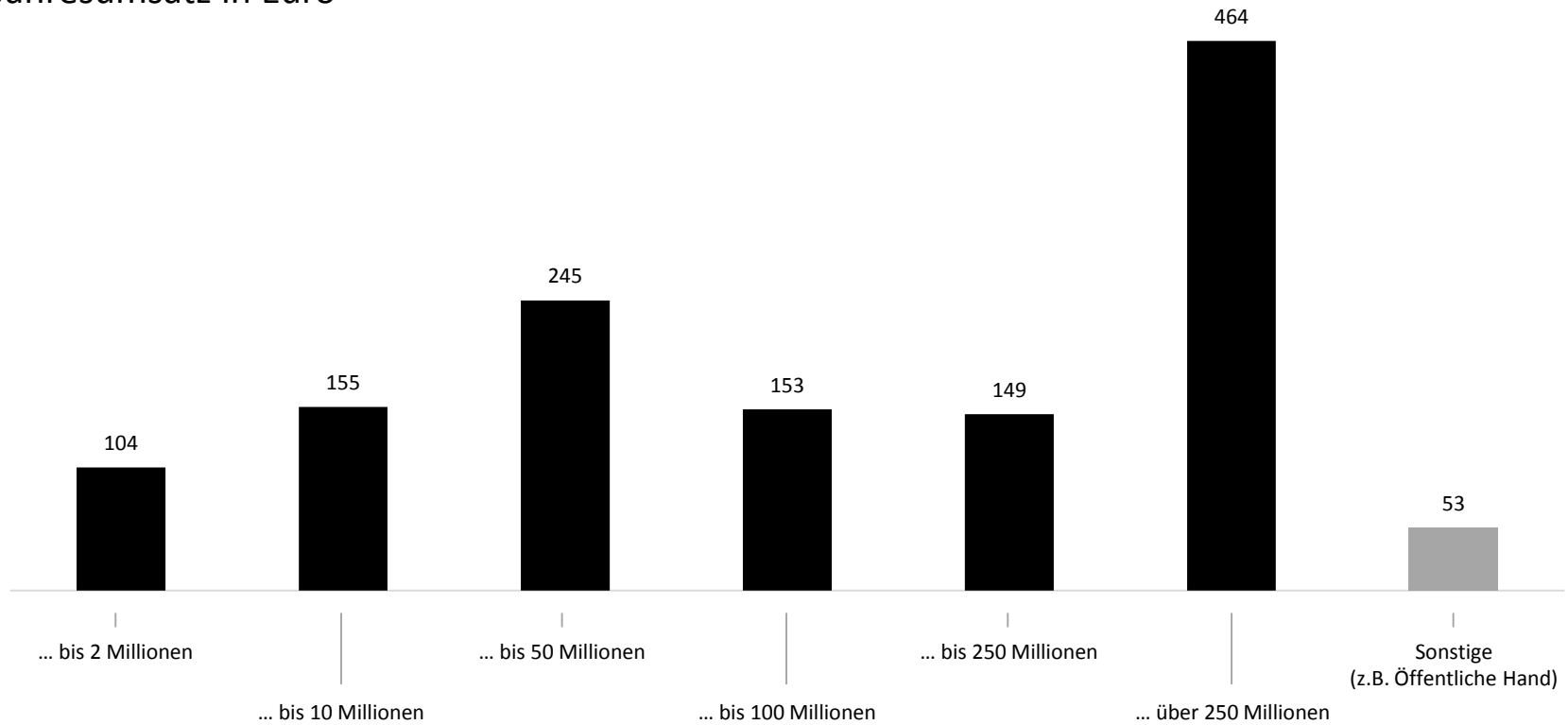
- ▶ Im jährlichen Turnus befragt compamedia gemeinsam mit der Wissenschaftlichen Gesellschaft für Management und Beratung mittelständische Unternehmen und ihre Berater zu den zentralen Themen, die ihr Geschäft herausfordern
- ▶ In diesem Jahr dreht sich alles um das Thema „Matching“. Wie finden mittelständische Unternehmen und ihre Berater zusammen? Welche Wege nutzen sie, um den passenden Berater zu finden bzw. um Kunden zu gewinnen?

An der Studie haben sich 1.323 Führungskräfte aus mittelständischen Unternehmen sowie 96 Beratungsfirmen beteiligt

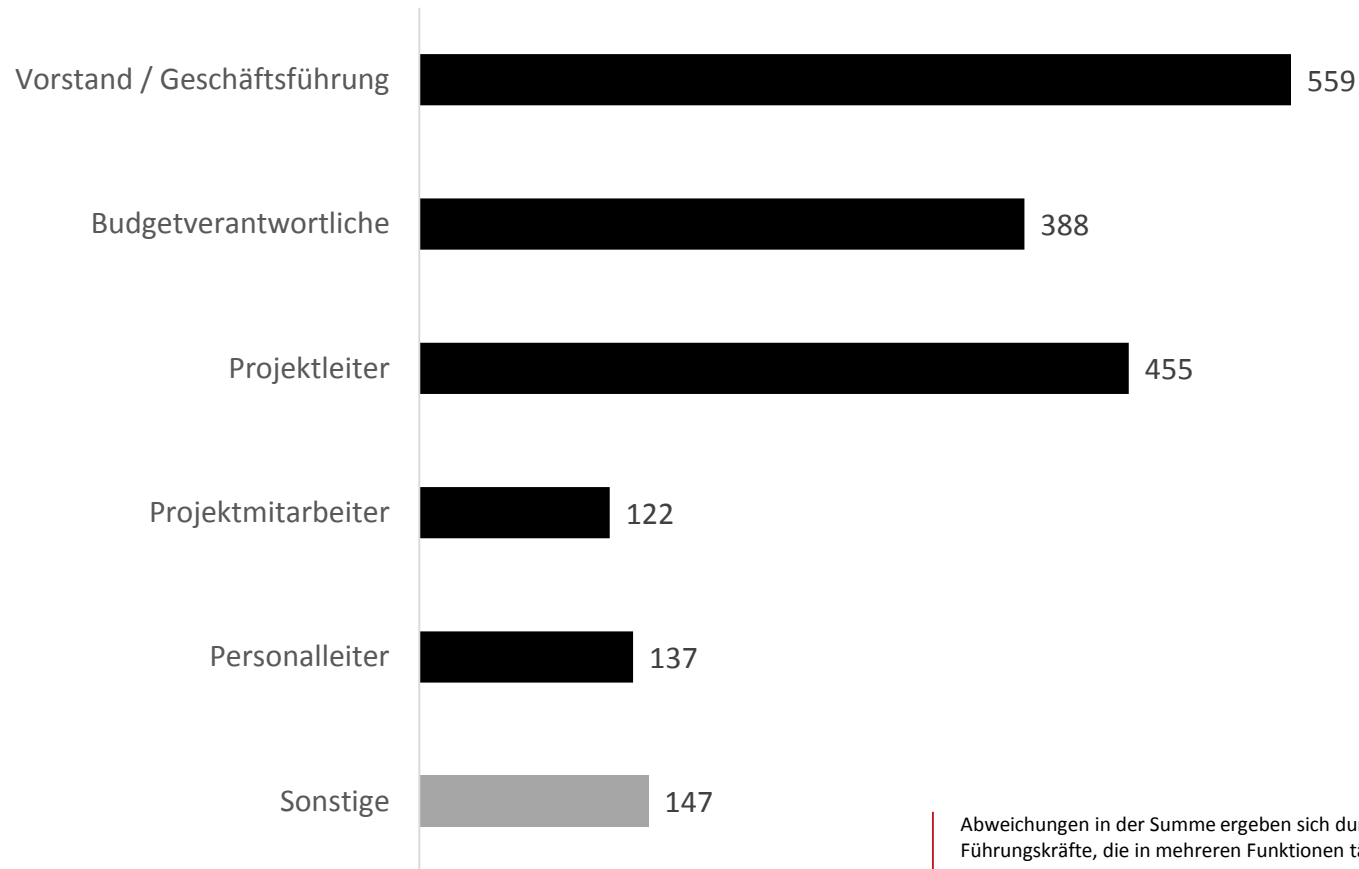


Die befragten Unternehmen repräsentieren das gesamte Spektrum des deutschen Mittelstands

► Jahresumsatz in Euro



Die befragten Führungskräfte stammen aus unterschiedlichen Entscheidergruppen – vom Vorstand bis zum Projektmitarbeiter



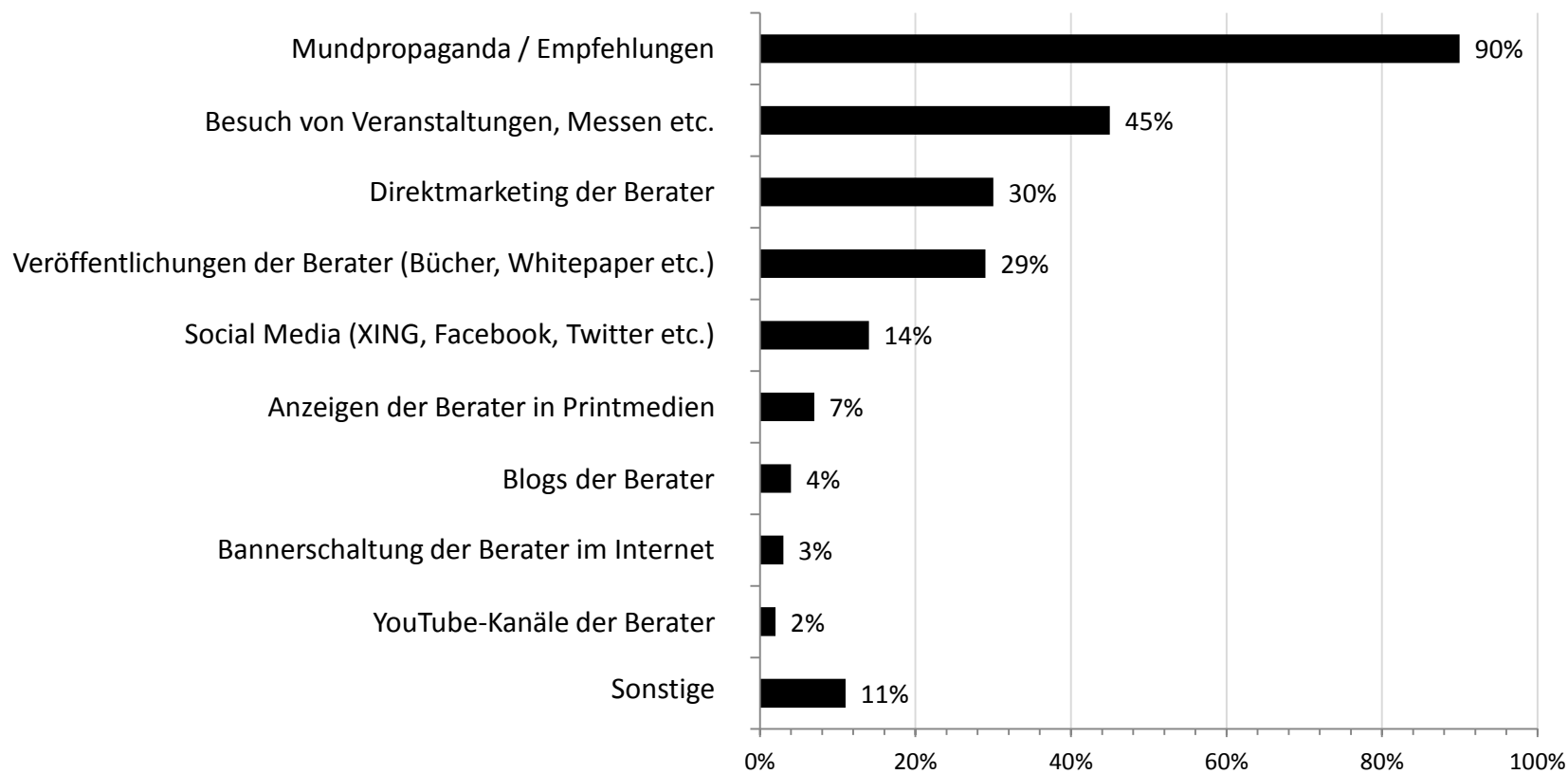
Abweichungen in der Summe ergeben sich durch Führungskräfte, die in mehreren Funktionen tätig sind

Inhalt

1	Aufbau der Studie	1
2	Studienergebnisse	6
3	Impressum	21

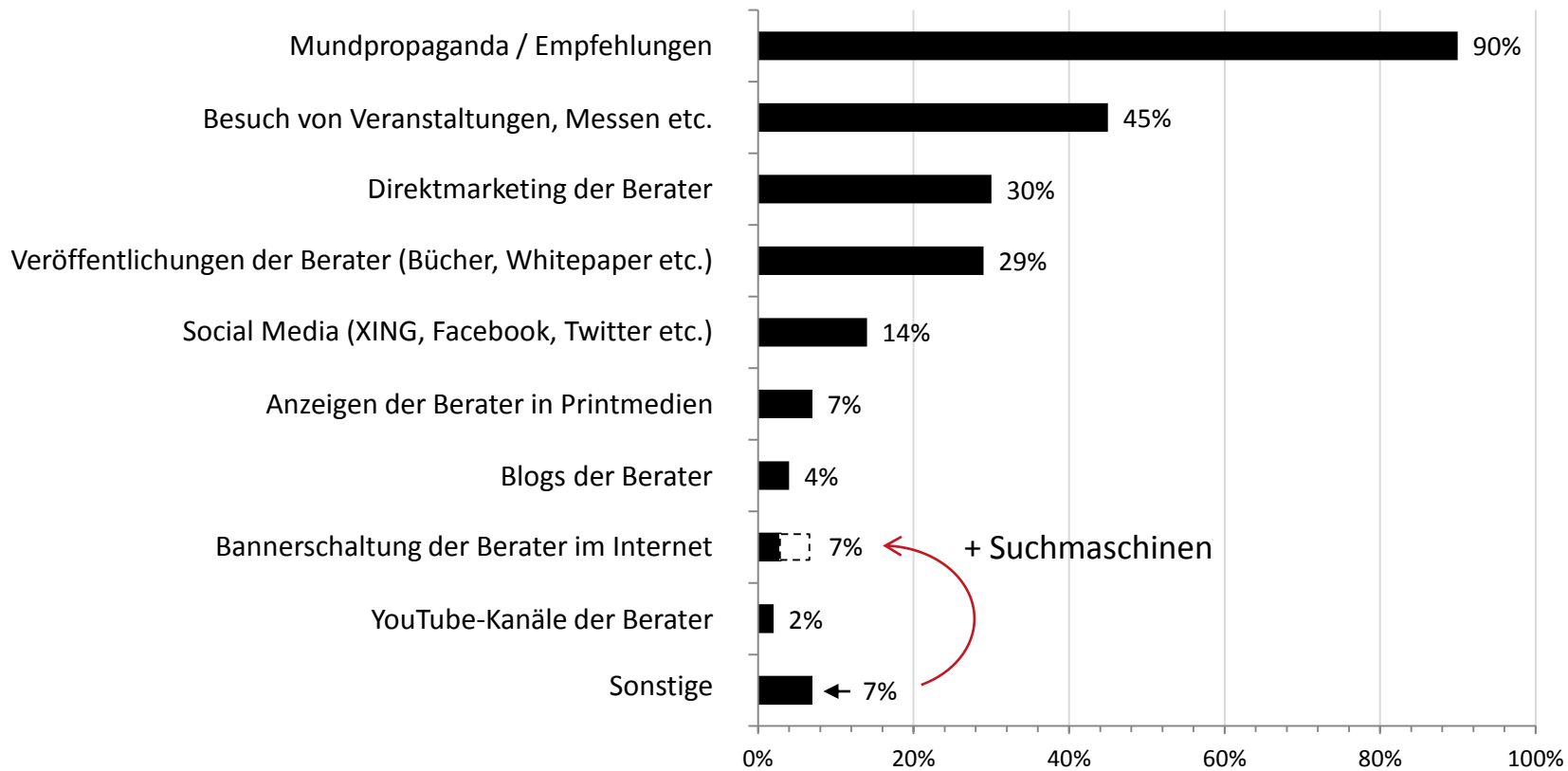
Mittelständische Unternehmen verlassen sich bei der Suche nach Beratern vor allem auf Empfehlungen

Anteil der Unternehmen, die den betreffenden Kanal nutzen



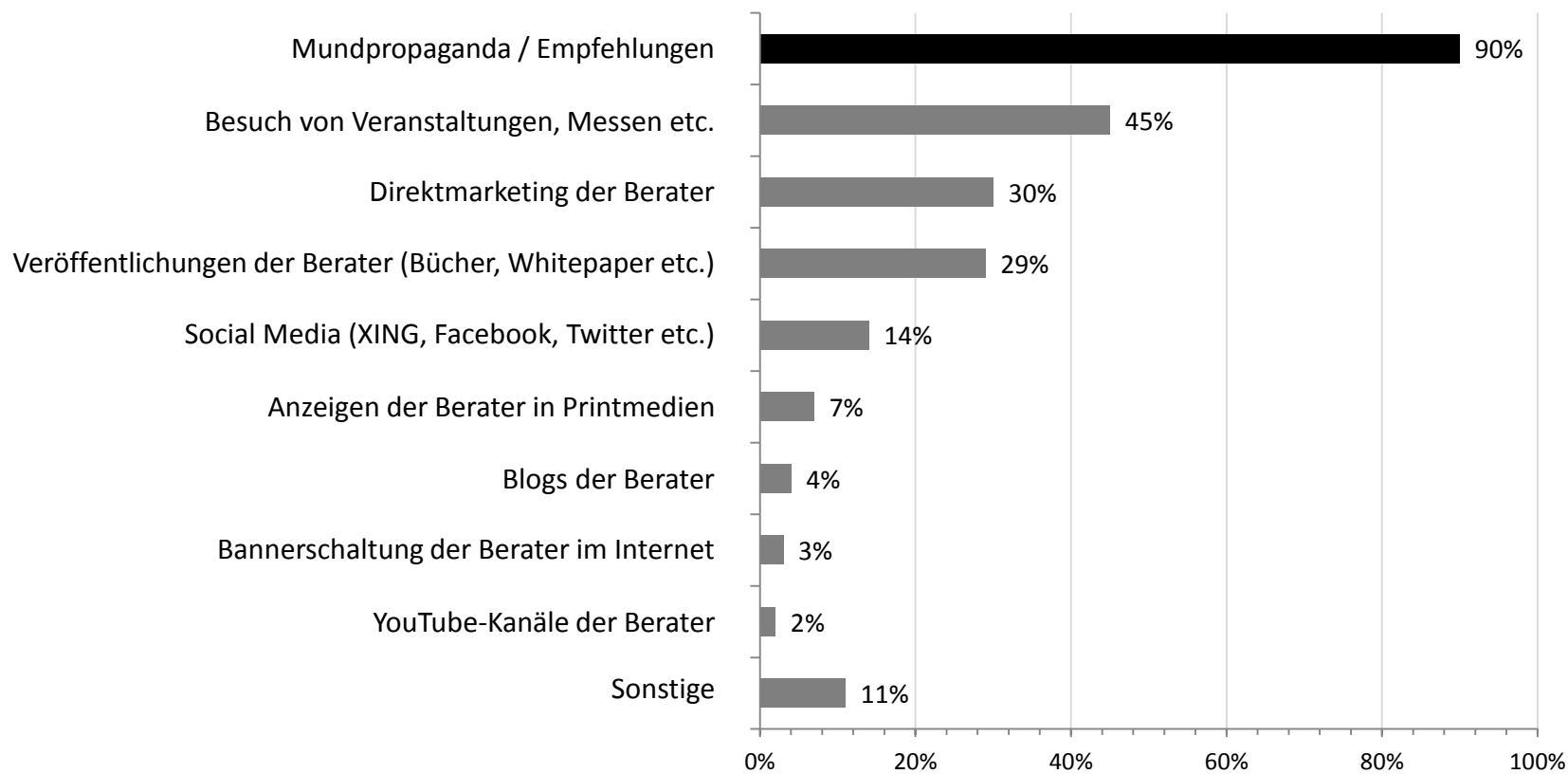
Erweitert man die Bannerschaltung im Internet um das Suchmaschinenmarketing, liegt dieser Kanal gleichauf mit klassischen Anzeigen in Printmedien

Anteil der Unternehmen, die den betreffenden Kanal nutzen



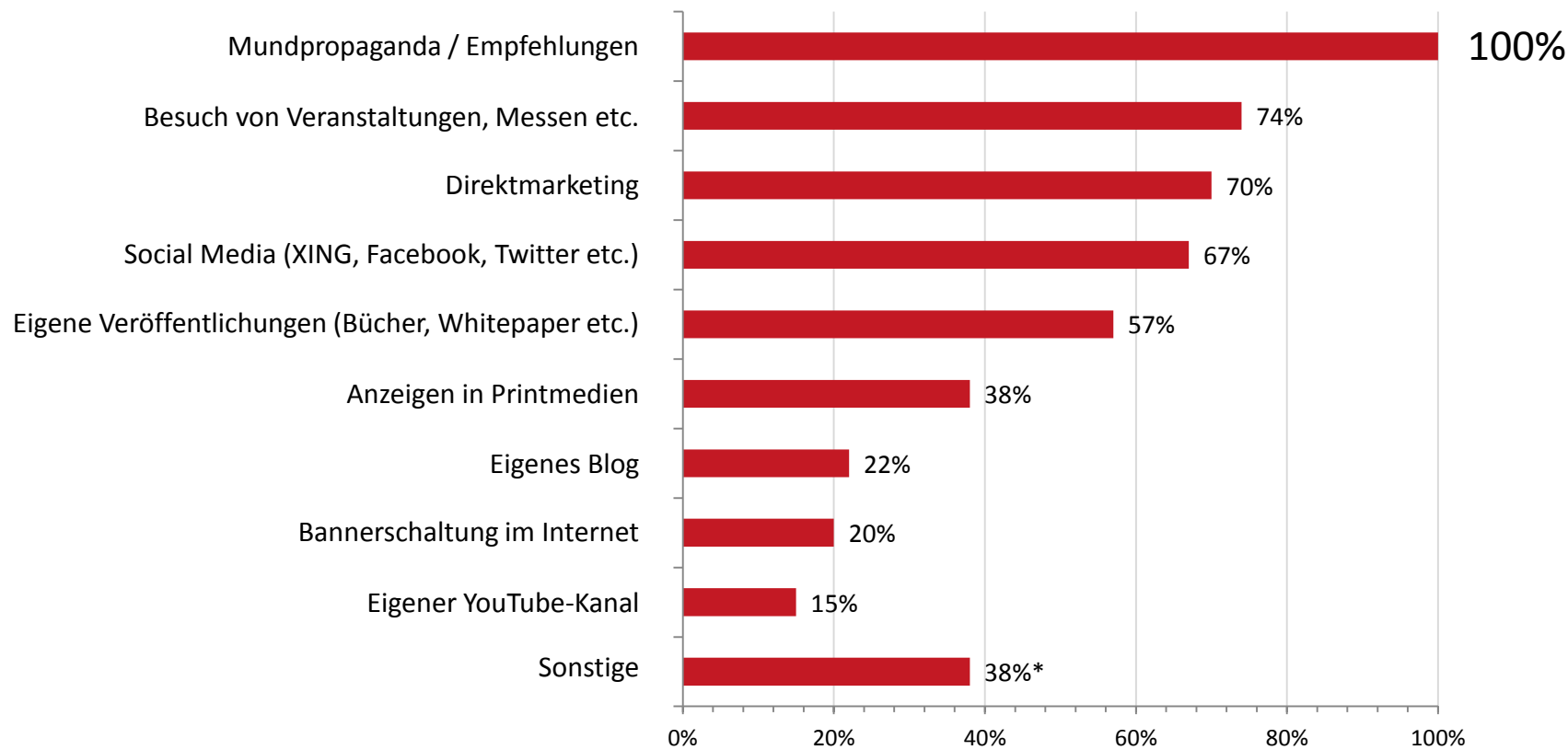
Unternehmen, die sich bei der Suche nach einem passenden Berater vor allem auf Empfehlungen stützen, sind mit ihrer Wahl am zufriedensten

Anteil der Unternehmen, die den betreffenden Kanal nutzen



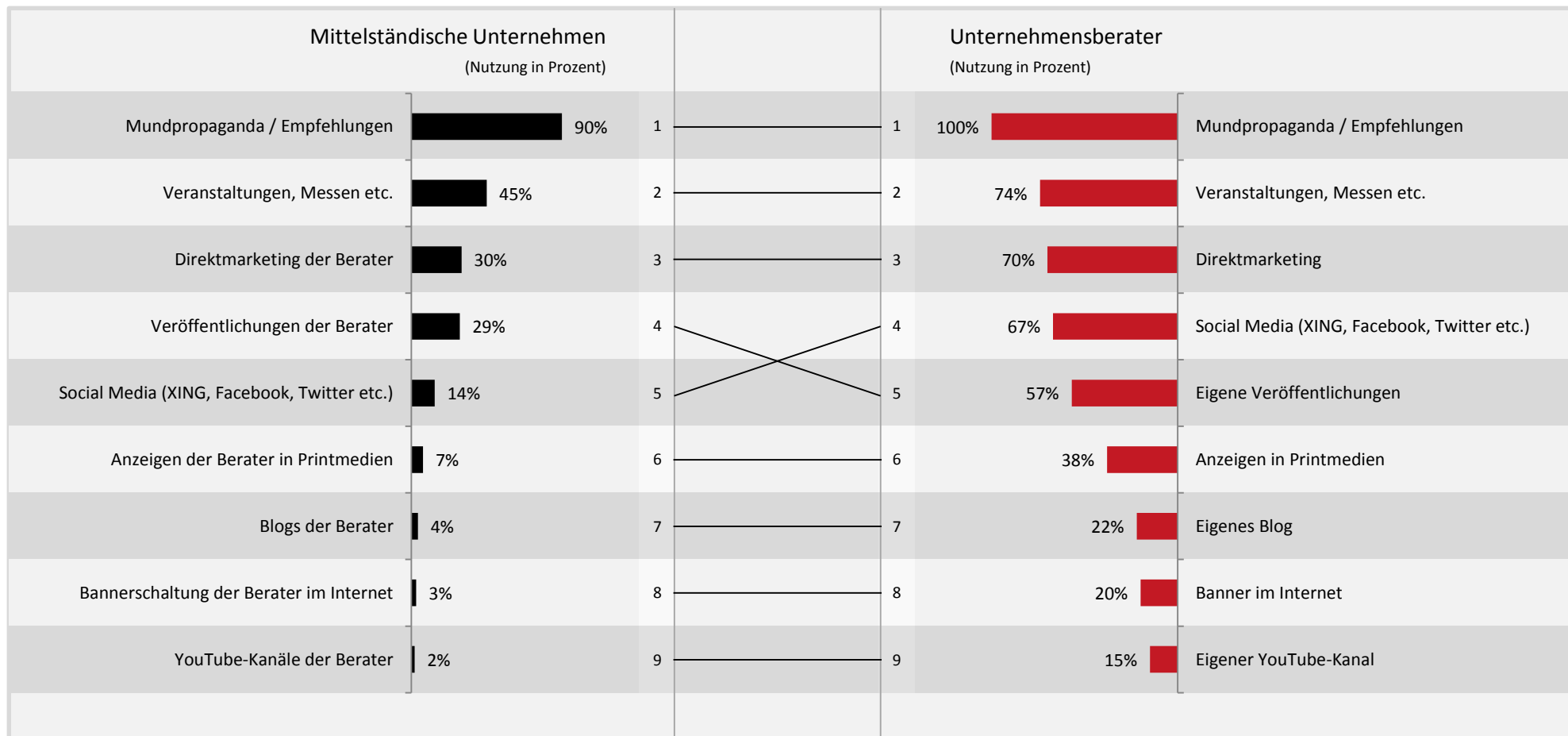
Entsprechend setzen alle betrachteten Mittelstandsberater auf Empfehlungen, um neue Kunden zu gewinnen

Anteil der Berater, die den betreffenden Kanal nutzen



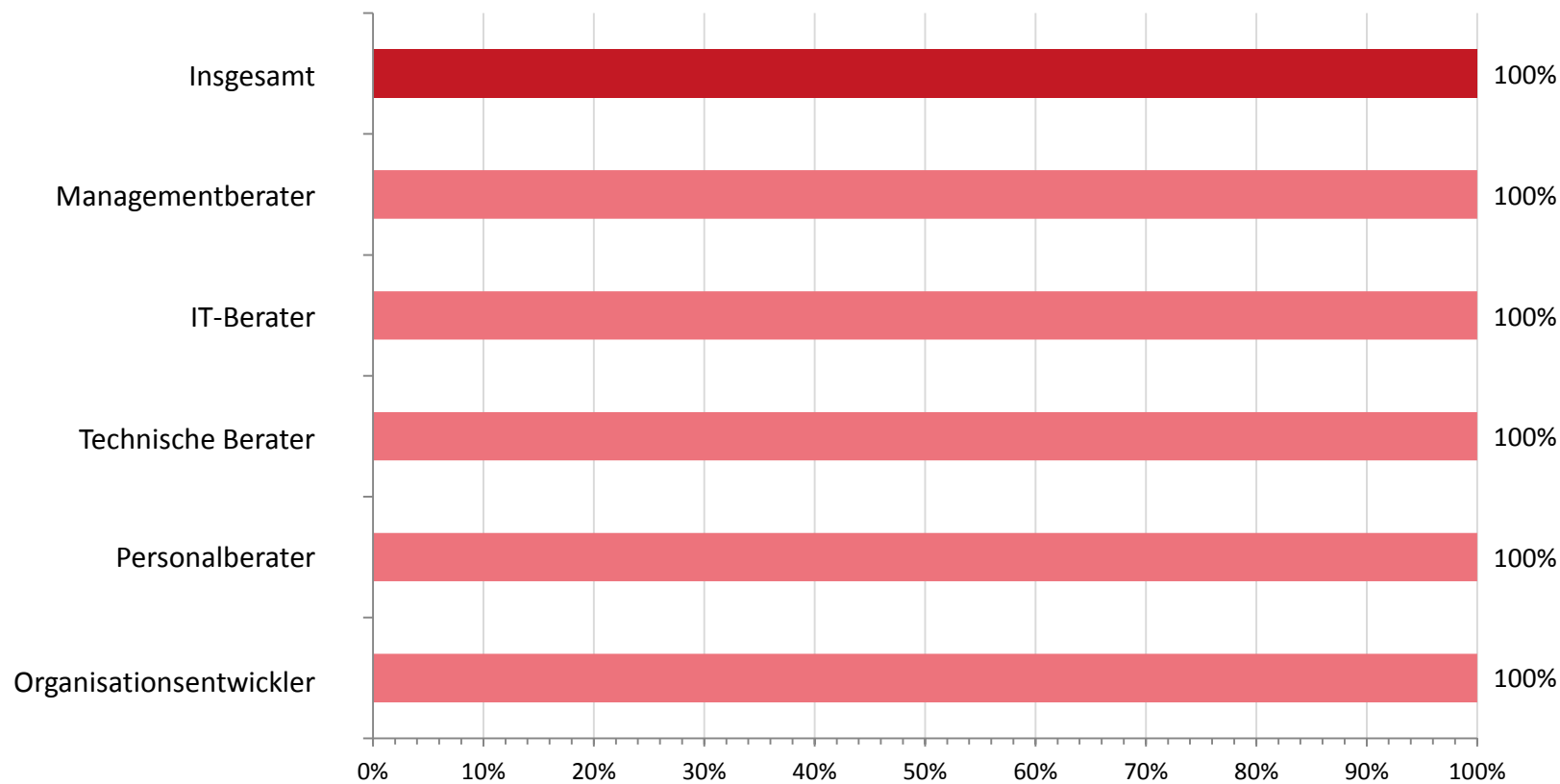
* insbesondere eigene Kundenveranstaltungen, Symposien, Konferenzen, Round Tables

Auch insgesamt gewichten Berater und ihre Kunden die unterschiedlichen Wege der Kontaktaufnahme sehr ähnlich



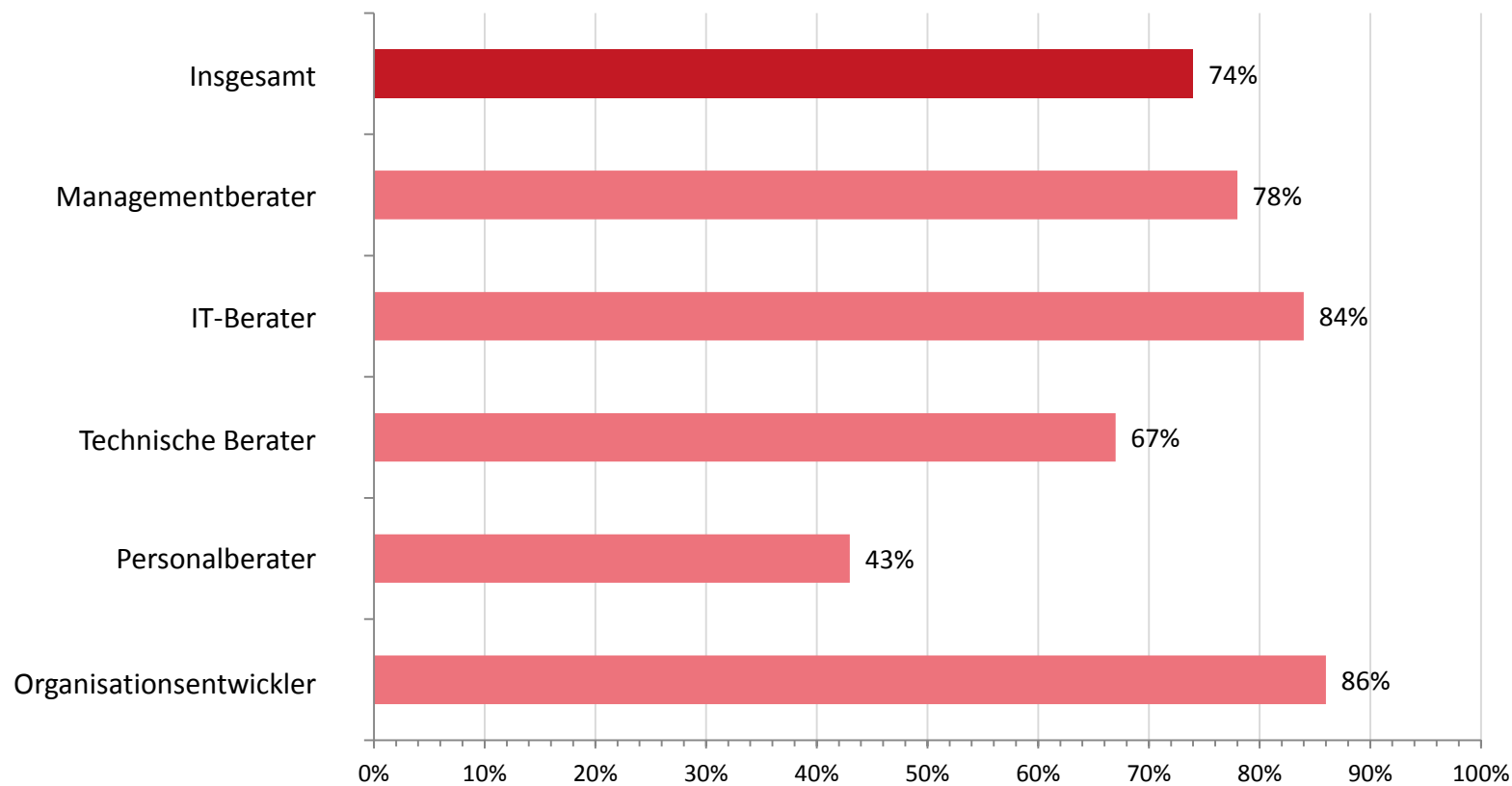
Empfehlungen werden von allen betrachteten Beratern gleichermaßen genutzt

Anteil der Berater, die den betreffenden Kanal nutzen



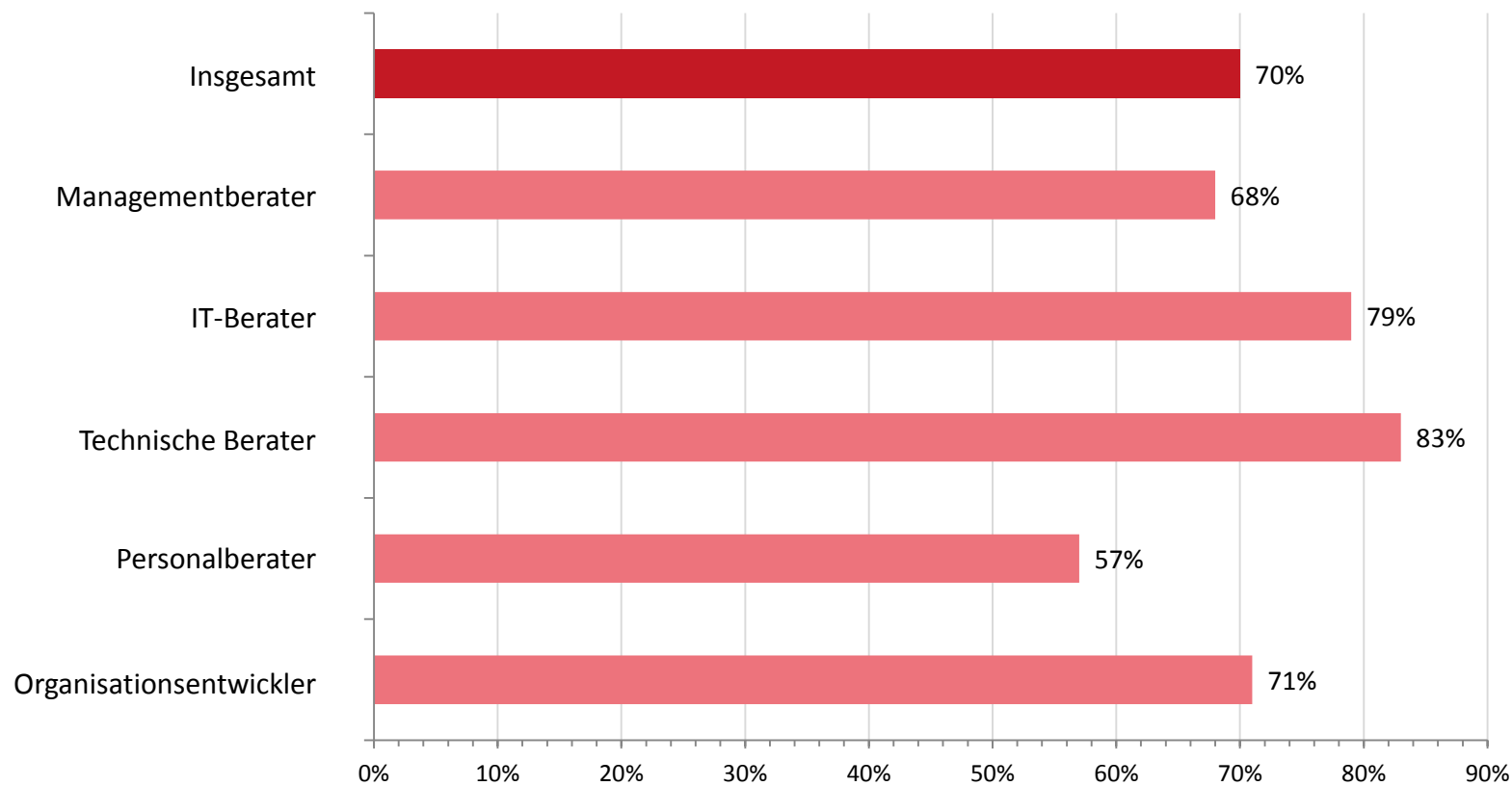
Den Besuch von Veranstaltungen, Messen etc. nutzen vor allem die befragten Organisationsentwickler und IT-Berater

Anteil der Berater, die den betreffenden Kanal nutzen



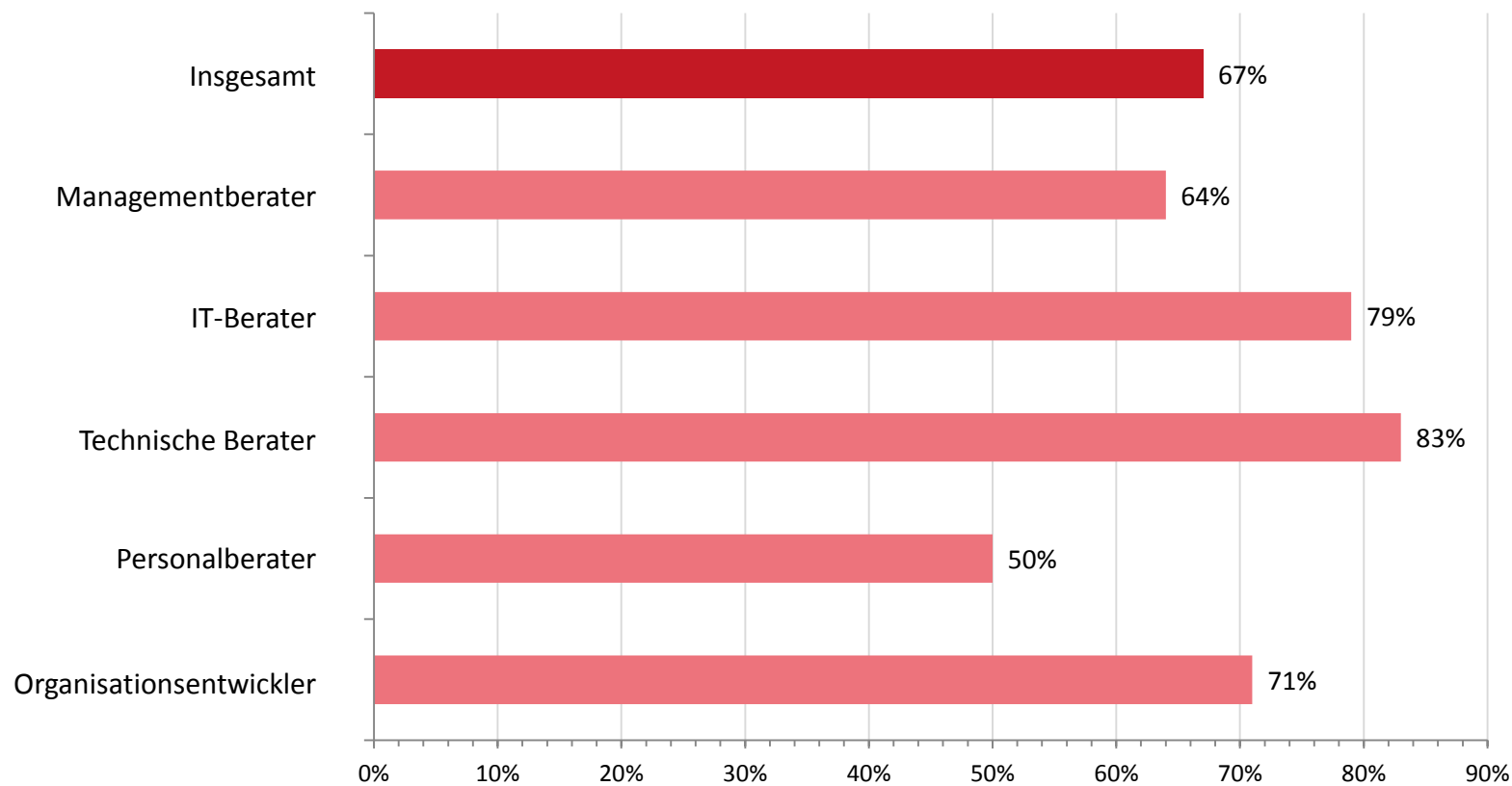
Insbesondere die befragten technischen Berater und IT-Berater setzen auf die Methoden des Direktmarketings

Anteil der Berater, die den betreffenden Kanal nutzen



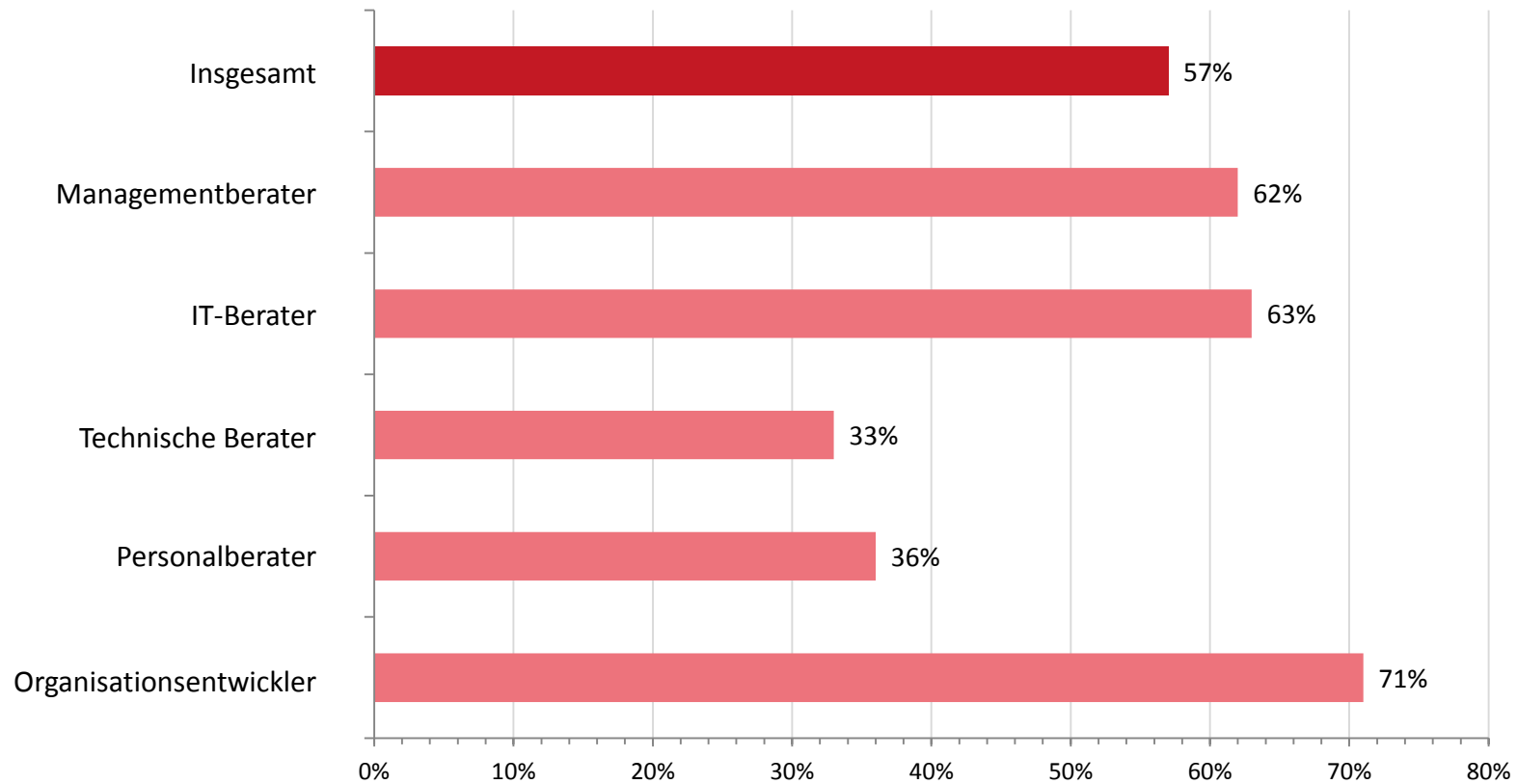
Dies gilt auch für Social Media (XING, Facebook, Twitter etc.)

Anteil der Berater, die den betreffenden Kanal nutzen



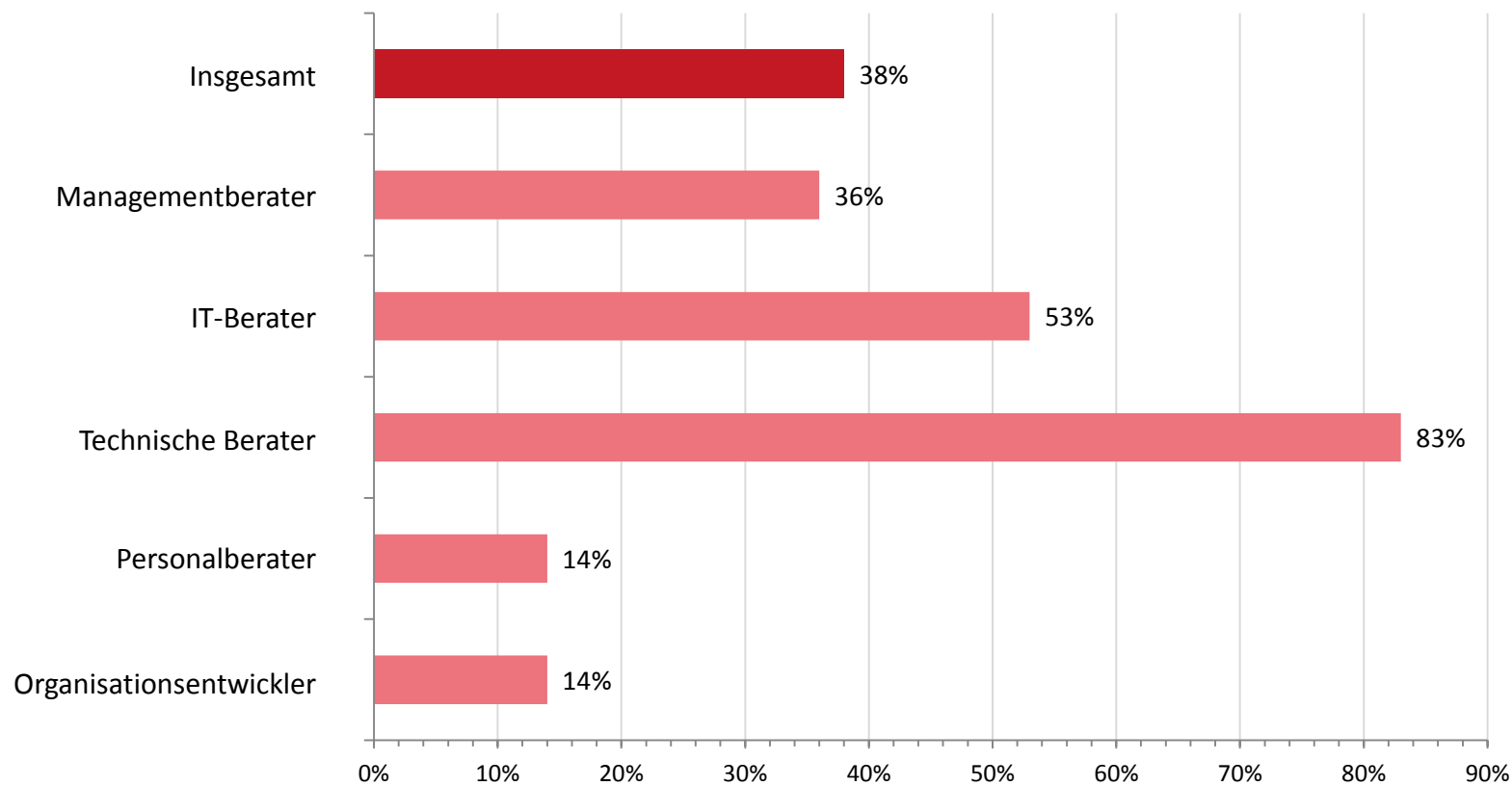
Eigene Veröffentlichungen (Bücher, Whitepaper etc.) werden vor allem von den befragten Organisationsentwicklern zur Kundengewinnung eingesetzt

Anteil der Berater, die den betreffenden Kanal nutzen



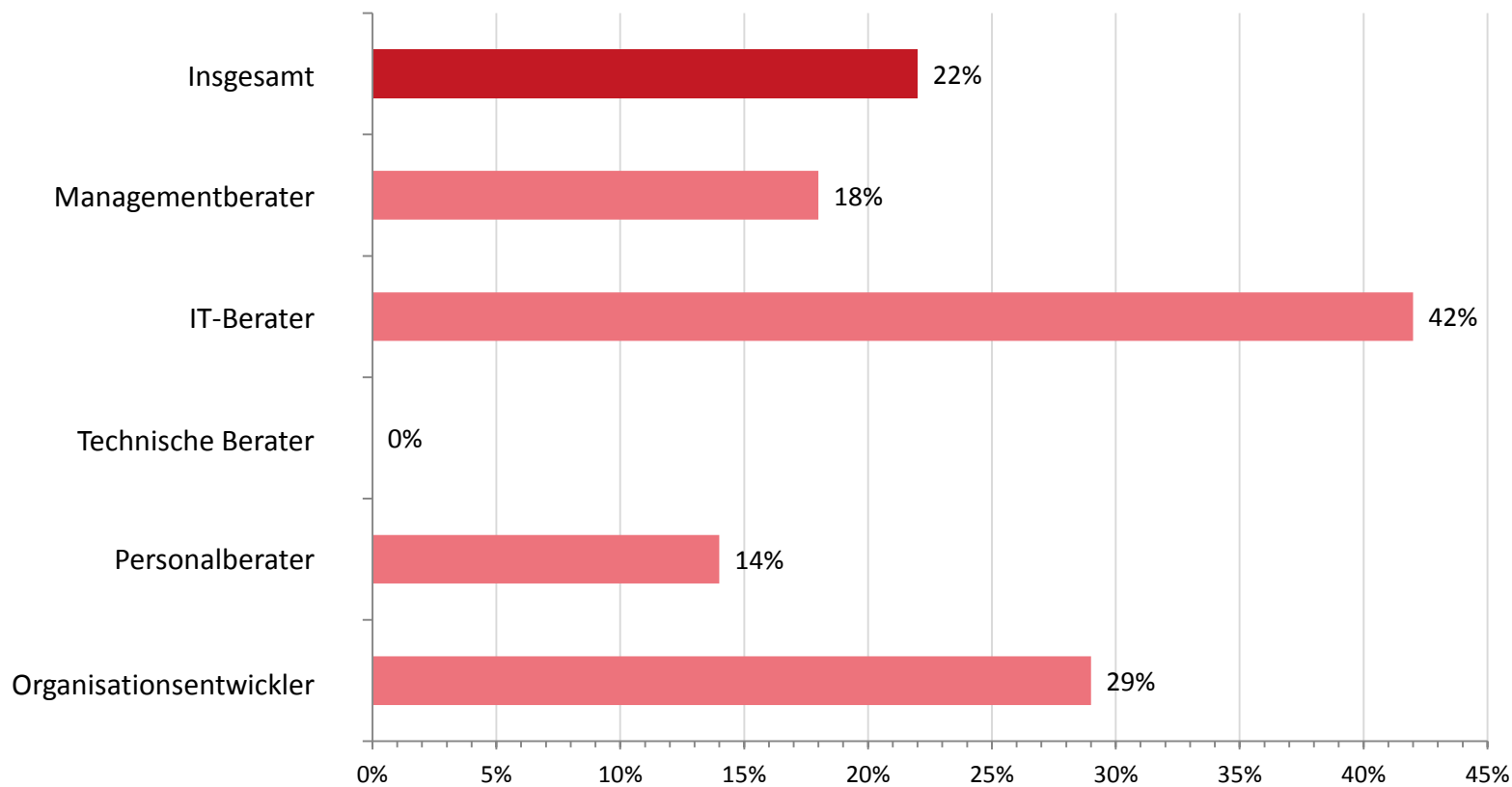
Vor allem die betrachteten technischen Berater schalten Anzeigen in klassischen Printmedien

Anteil der Berater, die den betreffenden Kanal nutzen



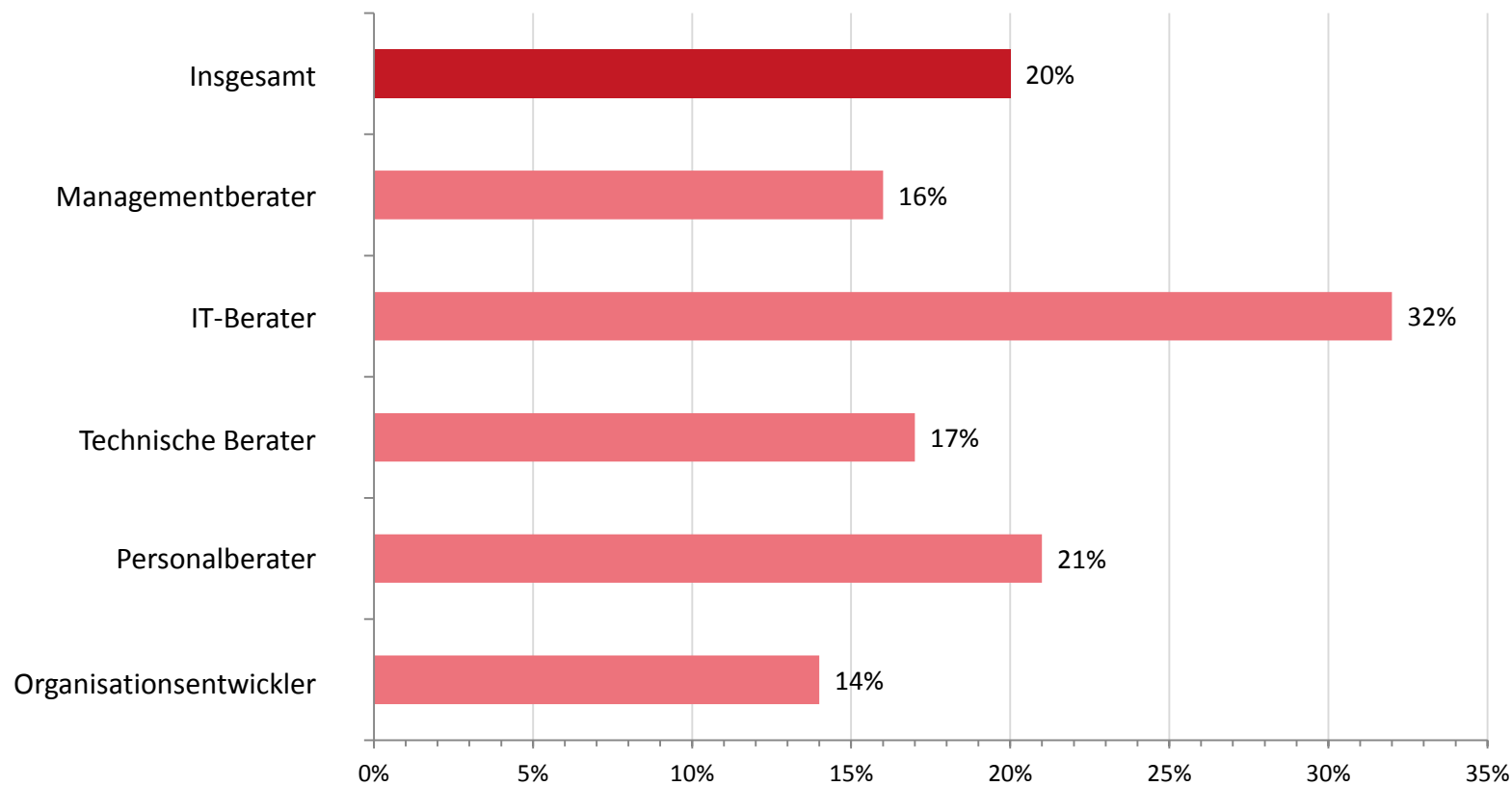
Ein eigener Blog wird insbesondere von den befragten IT-Beratern unterhalten

Anteil der Berater, die den betreffenden Kanal nutzen



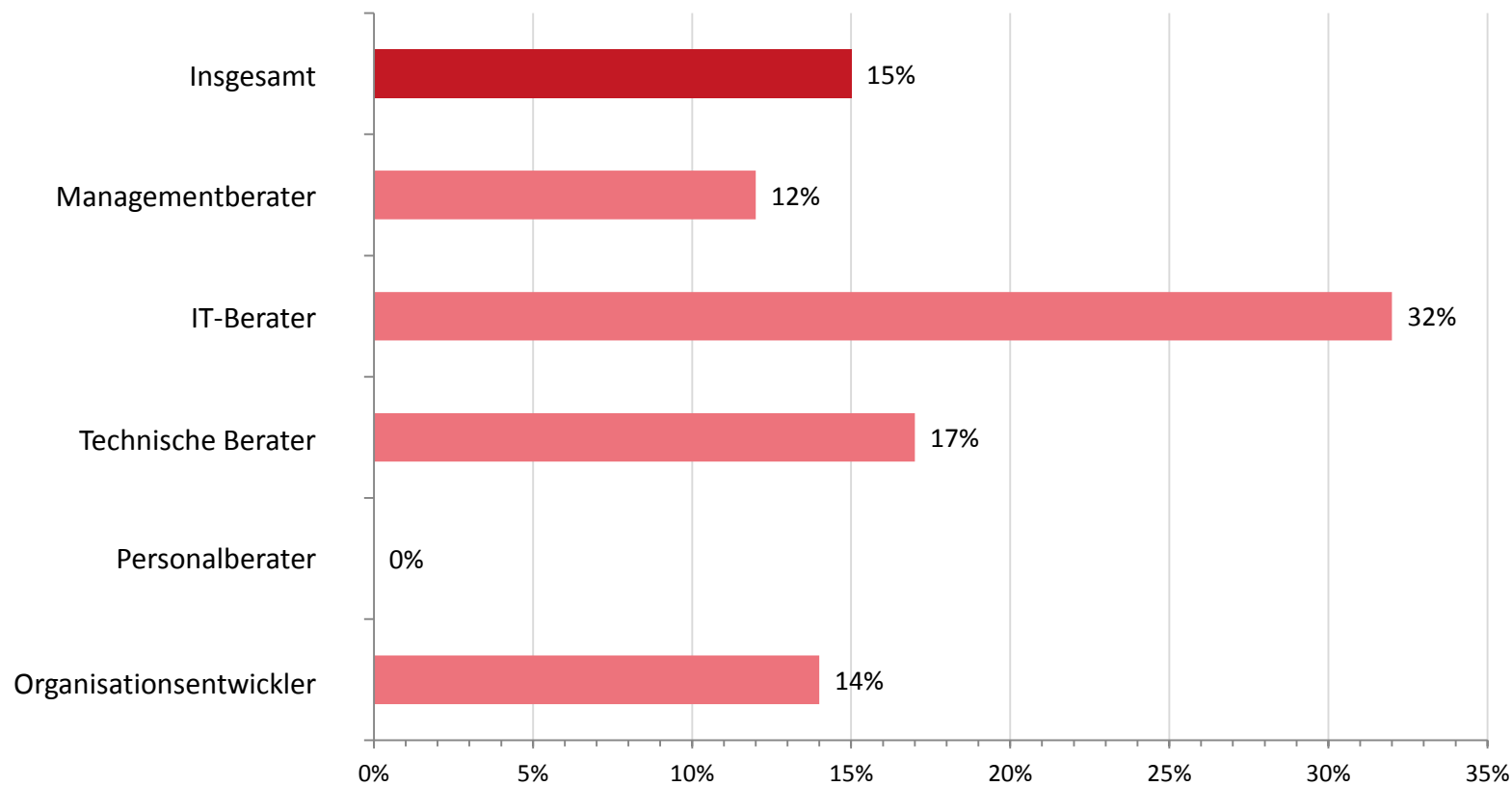
Dies gilt ebenso für die Bannerschaltung im Internet ...

Anteil der Berater, die den betreffenden Kanal nutzen



... wie für den Betrieb eines eigenen YouTube-Kanals

Anteil der Berater, die den betreffenden Kanal nutzen



Inhalt

1	Aufbau der Studie	1
2	Studienergebnisse	6
3	Impressum	21

Impressum

Autoren:

Prof. Dr. Dietmar Fink
Bianka Knoblach

Herausgeber:

compamedia GmbH
Nußdorfer Straße 4
88662 Überlingen am Bodensee

Telefon +49 (0)7551 94986 - 30
Telefax +49 (0)7551 94986 - 39

Alle in dieser Studie veröffentlichten Daten wurden mit der gebotenen Sorgfalt erhoben und ausgewertet. Die compamedia GmbH übernimmt jedoch keine Gewähr für die Richtigkeit der Angaben der Befragten und der darauf aufbauenden Analysen. Ansprüche wegen möglicher Unrichtigkeiten, insbesondere Regressansprüche bei Verwendung der Daten zu eigenen Zwecken, sind ausgeschlossen. Die compamedia GmbH bezieht die zugrunde liegenden Daten aus Quellen, die sie als vertrauenswürdig erachtet. Eine Garantie hinsichtlich des Wahrheitsgehaltes kann jedoch nicht gegeben werden. Leser, die aufgrund der in dieser Studie veröffentlichten Inhalte Entscheidungen treffen bzw. Transaktionen durchführen, handeln auf eigene Gefahr.

Alle Rechte vorbehalten
Copyright © 2017 by compamedia GmbH

Weitere Informationen über TOP CONSULTANT finden Sie im Internet: www.top-consultant.de und www.beste-mittelstandsberater.de



Alle Rechte vorbehalten
Copyright © 2017 by compamedia GmbH