

Kein Kauf auf den ersten Blick

Aktuelle GfK-Umfrage von Greven Medien zeigt: Konsumenten ziehen vor dem Kauf Bewertungen und Firmenhomepage zurate

Köln, 19. April 2017. Der deutsche Konsument trifft seine Entscheidung durchdacht: Vor der Wahl für einen Dienstleister zieht er verschiedene Quellen heran, um sich in seiner Entscheidung sicher zu sein. Dabei stehen an erster Stelle Bewertungen anderer Kunden (66,4 %), dicht gefolgt von der Firmenhomepage (57,9 %). Zu diesem Ergebnis kommt eine repräsentative GfK-Umfrage¹ des Kölner Lokalmarketing-Experten Greven Medien.

Die Studie von Greven Medien verdeutlicht, dass deutsche Konsumenten verschiedene Schritte unternehmen, bevor sie einen Dienstleister konsultieren oder ihre Kaufentscheidung fällen: Angeführt wird die Rangliste von Kundenbewertungen (66,6 %), dicht gefolgt von der Firmenhomepage des Anbieters (57,9 %). „Kunden erkundigen sich vor ihrer Entscheidung nach dem Qualitäts- und Serviceversprechen des Anbieters und lassen sich diese Angaben zusätzlich durch die Meinung bestehender Kunden bestätigen“, betont Patrick Hünemohr, Geschäftsführer von Greven Medien. „Händler – besonders kleine und mittelständische – sollten auf das veränderte Konsumverhalten mit einer Lokalmarketingstrategie reagieren und auf Maßnahmen wie eine strukturierte Firmenhomepage verzahnt mit aktivem Empfehlungsmarketing setzen.“

Kundenkontakte zwischen Facebook und Ladenlokal

Während Website und Kundenbewertungen eine große Rolle spielen, sind Kunden natürlich nach wie vor auch am direkten Kontakt zum Unternehmen interessiert. Mehr als ein Drittel wendet sich vor der Entscheidung direkt an das Unternehmen oder den Händler (34,5 %). „Unsere Studie zeigt, dass die Digitalisierung den persönlichen Kontakt längst nicht ersetzt. Vielmehr bietet sie Chancen, die Kommunikationswege zum Kunden zu erweitern“, ist sich Hünemohr sicher. Während Service und Beratung im Ladenlokal oder telefonisch gefragt sind, können Unternehmen ihren Kunden ebenfalls mit sozialen Netzwerken wie Facebook einen

¹ Bundesweite repräsentative GfK-Online-Umfrage unter 500 Frauen und Männern ab 14 Jahren, 2016.

Kommunikationskanal bieten – auch diese werden vor einer Konsumententscheidung von jedem Zehnten besucht (11,3 %). „Unternehmen haben heutzutage vielfältige Möglichkeiten, auf ihre Kunden einzugehen und mit ihnen in Kontakt zu treten – vor allem können sie diesen Kontakt für ihr eigenes Feedback nutzen“, so Hünemohr.

Mit 360-Grad-Ansatz alle Maßnahmen auf ein Ziel richten

Das veränderte Konsumentenverhalten erfordert seitens der Unternehmen ausgefeilte digitale Marketingstrategien. Greven Medien verdeutlichte bereits in vergangenen Studien die Relevanz von Empfehlungsmarketing und der Firmenhomepage: So gaben ein Drittel aller Befragten dieser Studie an, dass Bewertungen und Meinungsberichte in Online-Portalen ihre Entscheidung stark bis sehr stark beeinflussen. Zudem legten bereits 90 Prozent (90,7 %) der Befragten in einer GfK-Umfrage von Greven Medien in 2015 hohen Wert auf die Onlinepräsenz von Unternehmen. Mindestens ein Drittel (34,4 %) der Kunden wechselt zur Konkurrenz, wenn gewünschte Informationen online nicht vorzufinden sind.² „Besonders lokal agierende Unternehmen sollten die Möglichkeiten digitaler Marketingmaßnahmen für sich nutzen, denn inzwischen haben über 40 Prozent aller mobilen Suchen bereits einen lokalen Bezug“, erklärt Hünemohr. „Die Firmenhomepage, Bewertungen oder die Präsenz in sozialen Netzwerken sollten eng verzahnt sein mit Einträgen in Branchenverzeichnissen wie den Gelben Seiten oder Das Örtliche und mobilen Maßnahmen wie standortbezogener Werbung in Form von Location-based Services.“

Über die Greven Medien GmbH & Co. KG

Die Greven Medien GmbH & Co. KG ist bereits seit 1828 Partner für Unternehmen im lokalen Marketing. Als 360-Grad-Dienstleister bietet Greven kompetente Beratung bei lokalem Marketing im On- und Offline-Bereich sowie weitere Services, wie die Website-Erstellung, Suchmaschinenwerbung und -optimierung sowie Social-Media-Angebote. Greven Medien pflegt über 30.000 Kundenbeziehungen im Rheinland.

² Bundesweite repräsentative GfK-Online-Umfrage unter 500 Frauen und Männern ab 14 Jahren, 2015.

Weitere Informationen finden Sie online unter:



greven.de



facebook.com/grevens



twitter.com/greven_medien



greven.de/google+

Medienkontakt:

Counterpart Group GmbH · Carolin Lohmann / Juliane Sonntag · Kamekestr. 21 · 50672 Köln ·
Tel. 0221/95 14 41 61 · Fax 0221/95 14 41-50 · E-Mail carolin.lohmann@counterpart.de /
juliane.sonntag@counterpart.de.