



rc

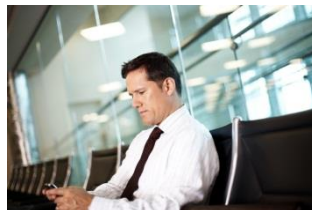
RESEARCH &
CONSULTING GMBH

Mauerstraße 8
33602 Bielefeld
www.r-c-online.com

FON: +49 521 55 777 1 11
FAX: +49 521 55 777 1 201



*... wie Marketing- und Vertriebsprofessionals
das mobile Internet und Social Media nutzen*



rc RESEARCH &
CONSULTING GMBH

in Kooperation mit

Sales & Marketing
Solutions



**rc**RESEARCH &
CONSULTING GMBHMauerstraße 8
33602 Bielefeld
www.r-c-online.comFON: +49 521 55 777 1 11
FAX: +49 521 55 777 1 201

Vorwort und Zielsetzung

Erfahrung und Planung zu Social Media bei Marketeers

Mobiles Internet und Social Media sind aktuelle Top-Themen für Marketing und Marktforschung. Nutzer- und Nutzungszahlen steigen rasant und werden nach Expertenmeinung weiterhin stark steigen. Dies eröffnet umfangreiche neue Chancen und Möglichkeiten für Marketingtreibende.

rc – research & consulting und **D&B Deutschland** haben dies zum Anlass genommen, um eine besonders spannende mobile b2b-Zielgruppe genauer unter die Lupe zu nehmen. In der vorliegenden Studie wurden 537 Marketing- und Vertriebsprofis befragt, um zu ermitteln, **was bezüglich** der Themen **Mobiles Internet** und **Social Media Marketing** in ihren Unternehmen **getan und geplant** wird.

Dabei ist diese **Zielgruppe** gleich **doppelt interessant**: sie ist **Entscheider** für Marketingaktivitäten, **gleichzeitig aber** auch selbst eine **Zielgruppe** mit hoher Mobilität und Potenzial für (Social Media) **Marketing Dienstleister**.

Ihr Ansprechpartner
bei rc – research & consulting:

Ingo Sander

+49 521 55 777 111

ingo.sander@r-c-online.com

https://www.xing.com/profile/Ingo_Sander3



Ziel der Studie ist es, das aktuelle **eigene** mobile **Nutzungsverhalten** von **Marketing- und Vertriebsprofessionals** (auf Reisen) zu untersuchen sowie ihre Einschätzung der **Marketingaktivitäten ihrer Unternehmen**. Damit werden Ansatzpunkte für das Social Media Marketing in Deutschland allgemein, aber auch für diese Personen als **Zielgruppe** für b2b-Marketingaktivitäten zur Verfügung gestellt.

Dazu wird im Rahmen dieser Studie im Detail untersucht

- ✓ welche Geräte und Angebote von der Zielgruppe genutzt werden
- ✓ wie aktiv sich die Zielgruppe selbst an den Social Media beteiligt und wie ihre Einstellungen dazu aussehen
- ✓ inwieweit Social Media bereits eine Rolle in den Unternehmensstrategien und -aktivitäten spielen und welche Wirkungspotenziale ihnen zugeschrieben werden



rc

RESEARCH &
CONSULTING GMBH

Mauerstraße 8
33602 Bielefeld
www.r-c-online.com

FON: +49 521 55 777 1 11
FAX: +49 521 55 777 1 201



Methode

Datengrundlage

- ✓ Erhebungsmethode: Multi-Mode-Survey
(online, telefonisch, mobile)
- ✓ Adressquelle: D&B Deutschland
- ✓ Stichprobe: 537 Befragte
- ✓ Befragungsmethode: 179 online, 358 telefonisch
- ✓ Ausschöpfung: 18% (Online: 9%; Telefonisch: 18%;
Online + Telefonisch: 29%)
- ✓ Erhebungszeitraum: 4. August bis 8. September 2010





Befragungsinhalte

➔ Marketeers als mobile Social Media Nutzer

Nutzung Geräte

Nutzung Dienste

Einstellungen und
Kommunikation

➔ Marketeers als Entscheider für Unternehmensaktivitäten

Bedeutung Mobile
and Social Media
Marketing

Nutzung und
Strategien

Konkrete Planung
und Wirksamkeit

➔ Marketeers als Befragte*

Test von Multi-Mode
Methoden

Erreichbarkeit und
Teilnahmebereitschaft

Test verschiedener
Features



* in Reportversion für Marktforscher

