

UNTERNEHMEN EXPERTEN PRODUKTE **SUCHE**

News [Bereich wählen] PLZ 20 km

RSS | NEWSLETTER | IMPRESSUM

Die marketing-BÖRSE

Das große Dienstleisterverzeichnis: 7196 Anbieter und Agenturen rund um Marketing, IT und Vertrieb

Benutzer: Passwort vergessen, Neu registrieren

INHALT

- Unternehmen, Experten, Produkte, Termine, News, Fachartikel, Ausschreibungen, Stellenangebote, Gratis Download, Newsletterarchiv

NEU ANMELDEN

- Kosten, Anmeldung, Guided Tour, AGB

KOMMENTAR

Doris Dübbert Berlin



Netzwerke

Die Summe aller Erfolge ist das Resultat positiver Verbindungen. Eine Plattform die gelungen ist und die Menschen zusammen bringt.

BRANCHENTREFFS

ALLE ZEIGEN

- 12.11.2008 Web Analytics, 12.11.2008 TV Komm 2008, 13.11.2008 Online Marketing Forum kompakt, 13.11.2008 Mobile Marketing Summit 2008, 18.11.2008 E.B.I.F. 2008, 25.11.2008 Mittelstandstage - Business meets IT

NEWS RSS

ALLES ZEIGEN

- 11.11.2008 Microsoft Advertising baut sein Team an den Standorten München und Köln weiter aus, 11.11.2008 IT-Projektgeschäft weiterhin auf hohem Niveau, 11.11.2008 Trend Bewegtbildvermarktung - Zieltraffic gewinnt Computerwoche.de

Drei negative Testberichte ändern Kaufentscheidung

Marketing-BÖRSE

Drei negative Testberichte ändern Kaufentscheidung Aber Verbraucher schreiben überwiegend positive Kritiken

Pressemittelung von Lightspeed Research Deutschland

Hamburg, 28.Oktober 2008. Testberichte haben bedeutenden Einfluss auf Kaufentscheidungen, das ergab die jüngste Studie des Marktforschungsinstituts Lightspeed Research. 40% aller Deutschen würden ihre Meinung über ein Produkt, dass sie kaufen wollen, ändern, nachdem sie drei schlechte Kritiken gelesen haben. 30% ändern ihre Meinung bereits nach zwei negativen Berichten, 6% nach nur einem.

Testberichte für persönliche technische Geräte (66%) wie Kameras, MP3-Spieler oder Handys, gefolgt von Küchengeräten (65%) und Computern (62%) werden am Häufigsten zu Rate gezogen. Bei Dienstleistungen achten die Deutschen besonders auf Testberichte zu Energieversorgern (70%), Internetanbietern (66%) und Festnetzanbietern (59%).

In der Studie wurde jeweils 1000 Teilnehmer aus Deutschland, Großbritannien und Frankreich befragt. Im Vergleich zu diesen beiden Nationen ist man in Deutschland am wenigsten bereit, selbst Online-Kritiken über Produkte oder Dienstleistungen zu schreiben - nur 30% gaben an, dass sie dies jemals gemacht haben und 47% wären grundsätzlich dazu geneigt. Die gute Nachricht für Hersteller und Werbungtreibende: Der überwiegende Teil (85%) von Testberichten von Konsumenten ist positiv.

Siehe pdf-Chart http://www.greenfieldscommunications.co.uk/releases/08/081028\_Lightspeed\_Re

Verbraucher schauen mit großer Mehrheit in Suchmaschinen wie Google oder Yahoo nach Testberichten, gefolgt von Online-Läden wie Amazon und den Webseiten von Verbraucherorganisationen wie Stiftung Warentest. Letztere gelten als die vertrauenswürdigste Quelle (76% zuverlässig), gefolgt von Freunden, Verwandten und Kollegen (66%). Professionelle Tester (46%) schnitten dagegen schlechter ab, und diese Gruppe wurde auch am Häufigsten neutral bewertet.

Siehe pdf-Chart http://www.greenfieldscommunications.co.uk/releases/08/081028\_Lightspeed\_Re

Olaf Siemen, Account Direktor von Lightspeed Research Deutschland, fasst zusammen: „Viele Konsumenten verlassen sich auf Bewertungen und nutzen diese um Kaufentscheidungen zu treffen. Dabei bezieht man sich vor allem auf positive Bewertungen, die die Mehrheit der Verbraucherkommentare darstellen. Es empfiehlt sich also für Unternehmen, Kunden zu ermutigen, ihre Informationen und Erfahrungen über Produkte und Dienstleistungen mitzuteilen.“

Zu dieser Studie Diese Untersuchung wurde vom 25.-29. Juli 2008 durch das Online-Panel von Lightspeed Reseach mit 1.000 Befragten in Deutschland ausgeführt.

Informationen zu Lightspeed Research Lightspeed Research ist ein weltweit führender Anbieter interaktiver Forschungslösungen, der Marktforschungsergebnisse durch globale Panels liefert. Lightspeed Research bietet Zugriff auf Haushaltsmitglieder in 34 Ländern in Europa, Nordamerika und dem Asien-Pazifik-Raum.

Lightspeed Research's eigene Panels werden sorgfältig rekrutiert und gepflegt, um qualitative und repräsentative Erhebungen sicher zustellen und damit Studien, die in Größe und Vielschichtigkeit variieren, durchzuführen. Das Unternehmen operiert Panels in den Bereichen Gesundheit, Finanzdienstleistungen, B2B, Automobil, Familie, Telekommunikation und anderen. Lightspeed Research ist ein Mitglied von Kantar und WPP (LSE: WPP) (NASDAQ:WPPGY), eines der weltweit führenden Unternehmen für Kommunikationsdienste. Für weitere Informationen besuchen Sie bitte http://www.lightspeedresearch.com

Bookmarken bei ...

UNTERNEHMEN

ALLE ZEIGEN



eProfessional ist eine Spezialagentur für Performance Marketing. Wir holen mehr für Sie raus!



Emailvision GmbH bietet Marketingexperten eine ASP-Lösung für das Management persönlich gestalteter und automatisierter E-Mail-Kampagnen.



PIDAS baut, optimiert und betreibt interne und externe Service-Organisationen wie IT-Servicedesks und Customer Care Center.



DMM Direct Media Marketing bietet innovative Lösungen der Verbundwerbung zur effizienten Neukundenwerbung im perfekten Print und Onlinemix. Grosse Opt In Potentiale!



upside relationship marketing GmbH unterstützt Unternehmen bei der profitablen Gestaltung ihrer Kundenbeziehungen und entwickelt dialogorientierte Marketingkonzepte.

PARTNER

ALLE ZEIGEN



Werben & Verkaufen ist das wöchentliche Magazin der Kommunikations- und Medienbranche



Der HighText Verlag bietet Services für Interaktiv- und Online-Professionals auf Basis seines Trendportals www.iBusiness.de



VERBÄNDE

ALLE ZEIGEN

**11.11.2008**

Dell kürt globalen Gewinner seines Small Business Excellence Award

**11.11.2008**

Top-Player der Telekommunikationsbranche verschenken Potenzial im Online-Marketing

**11.11.2008**

XING AG beschließt Aktienrückkauf

**10.11.2008**

Christiane zu Salm hat bei Burda gekündigt

**10.11.2008**

Die Finanzkrise allein eignet sich nicht als Buhmann der Autoindustrie

**10.11.2008**

Möller Horcher übernimmt Pressearbeit für die Empfehlungsmarketing - Plattform Shoptrex

**10.11.2008**

Emailvision relaunched seine E-Mail-Marketing-Software " Campaign Commander"

**10.11.2008**

IT-Dienstleister xntrex bietet mit ein Tool für Online-Videoberatung

**10.11.2008**

Computerwoche-Umfrage: SAP verärgert seine Kunden



Im VATM haben sich mehr als 50 der im Dt. Markt operativ tätigen Telekommunikations- und Multimediaunternehmen zusammengeschlossen.



Als Dachverband der Deutschen Werbewirtschaft koordiniert der ZAW die unterschiedlichen Auffassungen innerhalb der Branche.



"Marketing als Motor für Wachstum" – dieses Motto begleitet den Marketing-Club.