




Jedes zweite B2B-Unternehmen verschläft Mobile Web

Jedes zweite B2B-Unternehmen verschläft Mobile Web
Hersteller von Investitionsgütern bevorzugen einen internationalen Webaufttritt unter einheitlicher Domain. Waren es letztes Jahr noch 87 so sind es nun 90 Prozent, die unter zentraler .com-Adresse erreichbar sind. Auch Twitter setzt sich durch, wie die Studie "Online-Aktivitäten von B2B-Unternehmen" von Absolit Consulting herausfand. Von 13 auf zehn Prozent gesunken ist der Anteil der Unternehmen, die auf das Sprachrohr Twitter verzichten. Eine kostenlose Kurzversion gibt es unter B2B-Studie.de
Die Studie misst jährlich die Online-Aktivität der Firmen in den Bereichen Web, Suchmaschinen und Social Media. ABB, BASF und Mettler-Toledo sind danach am aktivsten. Dicht gefolgt werden sie von Festo und SKF. "Bei der Anpassung an Smartphones besteht jedoch Handlungsbedarf", betont Studienautor Dr. Torsten Schwarz. 48 Prozent ignorieren das Thema, 32 Prozent haben eine spezielle Mobilseite, 20 nutzen professionelles Responsive Design.
In den Suchmaschinen haben Hansgrohe, Mettler-Toledo, Würth und Vaillant die Nase vorn. Hier gilt es, nicht nur mit dem Unternehmensnamen, sondern auch mit generischen Begriffen oben zu stehen, um von neuen Kunden entdeckt zu werden. BASF und Festo sind mit sehr vielen generischen Begriffen auf Rang 1 bei Google.
Im Social Web sind B2B-Unternehmen heute deutlich aktiver als noch vor einem Jahr. Neunzig Prozent nutzen Twitter, um zum Beispiel für Journalisten relevante Informationen zu bieten. Letztes Jahr waren es nur 87 Prozent. "Vor Facebook scheinen B2B-Unternehmen jedoch noch immer Angst zu haben", meint Dr. Schwarz. 18 Prozent sind noch immer nicht präsent. Letztes Jahr waren es 26 Prozent. Am aktivsten im Social Web sind BASF, Krones, Liebherr, ZF Friedrichshafen, KSB und Carl Zeiss.
Für die Berechnung der Onlinepräsenz analysierte Absolit 24 Kriterien. Aus allen Messwerten wurde für die drei Bereiche Web, Suchmaschinen und Social Web jeweils ein Index ermittelt. Aus der Summe der Indizes wurde das Ranking errechnet.
Pressematerial: <https://www.dropbox.com/sh/mc0jmt9figxizcn/AACTJfuEHC3WvAe0VBacMw8na?dl=0>
Ursula Rubenbauer
Absolit Consulting
presse@absolit.de
Melanchthonstr. 5
D-68753 Waghäusel
Tel.: 07254/95170-0
<http://www.absolit.de>  http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pnr_=582526 width="1" height="1">

Pressekontakt

ABSOLIT Dr. Schwarz Consulting

68753 Waghäusel

Firmenkontakt

ABSOLIT Dr. Schwarz Consulting

68753 Waghäusel

Absolit berät Unternehmen bei der Integration von E-Mail in den Marketing-Mix. Studien zu Newsletter-Software sowie E-Mail-Adressen durchleuchten den Markt. Seminare vermitteln aktuelles Praxiswissen. Absolit betreibt das Marketingportal www.marketing-boerse.de. Torsten Schwarz ist Herausgeber des vom Schimmel-Media-Verlag publizierten Beratungsbriefts [Online-Marketing-Experts.de](http://www.marketing-boerse.de). marketing-BÖRSE ist die wachstumsstärkste deutschsprachige Marketingplattform.