

Beschreibung der Studie:

Die Studie „Who offers what“ (WOW 2007) beschreibt das Internet-Angebot folgender internationaler Unternehmen der chemischen Industrie:

- BASF AG
- Chemtura Corporation
- Ciba Specialty Chemicals Holding Inc.
- Clariant International Ltd.
- Dow Chemical Company
- DSM N.V.
- ICI PLC
- LANXESS Deutschland GmbH
- Rhodia
- Rohm and Haas Company

Sie bietet einen umfassenden Vergleich, welche inhaltlichen Informationen und Internet-Applikationen die einzelnen Unternehmen in folgenden Bereichen anbieten:

- „Konzern-Startseite“,
- „Company Information“,
- „Media Relations“,
- „Investor Relations“,
- „Career“ und
- „Customer Relations“.

Im Kundenbereich wurden jeweils einzelne exemplarische Produkte jeder Produktgruppe untersucht. Die Ergebnisse werden dabei summarisch und nicht für jede einzelne Produktgruppe gesondert ausgewiesen.

Untersuchungsergebnisse:

Die Ergebnisse sind so aufbereitet, dass man auf einen Blick sieht, welcher Anbieter im Kundenbereich bspw. Angaben zur chemischen Struktur, dem chemischen Namen, der Kompatibilität macht, bzw. ein Datensicherheitsblatt oder eine Marketingbroschüre anbietet.

Bei allen Tabellen wird ein Vergleich zwischen ungewichteten und gewichteten Übersichten unterstützt. Während bei der ungewichteten Übersicht („Unbalanced Benchmark“) alle Merkmale gleich gewichtet sind, hat man bei der gewichteten Tabelle („Balanced Benchmark“) die Möglichkeit, durch die Modifikation von Parametern, die spezifische Bedeutung jedes einzelnen Merkmals selbst zu verändern oder es aus der Berechnung herauszunehmen. Die Untersuchungsergebnisse können so optimal an die Besonderheiten der eigenen Kommunikationspolitik bzw. der Markenkommunikation angepasst werden.

Alle Ergebnisse werden zusätzlich in Form von Balkendiagrammen dargestellt, die eine zusammenfassende Beurteilung ermöglichen. Die Tabellen und Grafiken sind untereinander verknüpft, so dass eine Modifikation der Gewichtungsfaktoren sich automatisch auf die Balkendiagramme auswirkt. Dadurch kann man problemlos neue Untersuchungsergebnisse erzeugen und diese bspw. in eigenen Berichten weiterverarbeiten.

Die Studie beinhaltet einen Management Report, in dem die Ergebnisse kommentiert und die Untersuchungsmethodik im Detail erläutert wird. Zahlreiche Praxisbeispiele dienen als Anregungen für interessante und vorbildliche Informationsinhalte und ergänzende Applikationen.



Ihre Vorteile im Überblick:

- Die Studie vermittelt Ihnen eine umfassende Marktübersicht, welcher Mitbewerber in welchem Bereich welche Informationen und Serviceleistungen anbietet.
- Sie sehen, welche Informationsinhalte und Internet-Applikationen sich als Standards etabliert haben.
- Sie erkennen die Stärken und Schwächen der einzelnen Anbieter.
- Sie erhalten Anregungen für die Weiterentwicklung des eigenen Angebotes und erkennen Innovationspotenziale.
- Sie erhalten Arbeitshilfen, mit denen ein SOLL-IST-Vergleich der Angebote möglich ist.
- Sie bekommen Auswertungsvorlagen, die sie selbst problemlos modifizieren können und deren Ergebnisse Sie in eigene Berichte integrieren können.

Preis:

Wir stellen Ihnen die Studienergebnisse in elektronischer Form zur Verfügung (auf CD-ROM). Im einzelnen erhalten Sie:

1. Einen Managementreport (Powerpoint-Präsentation) mit einer Zusammenfassung, einer Darstellung der Untersuchungsmethodik sowie einer Zusammenstellung von kommentierten Screenshots.
2. Eine Excel-Datei mit allen Untersuchungsergebnissen, Auswertungsvorlagen und dynamischen Balkendiagrammen.

Der Preis der Studie beträgt 4.000,- EURO (zzgl. MwSt.).

Eine Nachuntersuchung des eigenen Angebotes und/oder die Untersuchung von für Sie relevanten Mitbewerbern und deren Integration in die Studie bieten wir Ihnen für 1.500,- EURO je zusätzlich untersuchtem Angebot an.