



*Press Release – für sofortige Publikation freigegeben*

## Schweizer Unternehmen unterschätzen eMarketing- und Online-Lead-Generation-Potential

**Im Dezember 2009 wurden Schweizer Unternehmen bezüglich ihrer Einschätzungen zum Thema eMarketing und Online-Lead-Generation befragt. Dabei zeigt es sich, dass, die Online-Präsenz als wichtig eingeschätzt und damit auch kräftig investiert wird, das eigentliche Potential aber weitgehend ignoriert wird. Zudem tappen die meisten Unternehmen bezüglich der Bewertung ihrer Aktivitäten im Dunkeln.**

Die Online-Umfrage, die durch Wyona AG, accelIT GmbH, oneStepBeyond.ch, Innoveo Solutions und Open Web Technology unterstützt wurde, war auf mittelgrosse und grosse Schweizer Unternehmen ausgerichtet. Im Dezember beantworteten knapp 60 Firmen die Fragen. Dabei zeigt es sich, dass die Internet-Präsenz für die Befragten sehr wichtig ist. Über 80% der teilnehmenden Firmen schätzen die Wichtigkeit mit sehr hoch oder hoch ein und zwar sowohl für die "Awareness"- als auch "Evaluations"-Verkaufsprozess-Phase. Mehr als vier Fünftel der Unternehmen gehen davon aus, dass ihre Website von ihren Kunden im Rahmen des Kaufprozesses in mind. einer Phase genutzt wird.

Schweizer Unternehmen tun daher viel, um die Attraktivität ihrer Websites zu steigern und Besucherfrequenzen zu steigern, respektive zu halten. Insgesamt nutzen über 80% der befragten Unternehmen Instrumente wie Google Ads, SEO oder Email-Kampagnen und Internet-Werbung, um den Zustrom zu vergrössern. Gleichzeitig scheinen sie aber weitgehend das Potential zu ignorieren, das sich daraus ergibt. **Rund die Hälfte der Unternehmen ist nicht in der Lage, den Wert eines Internet-Besuchers zu beziffern.** Gemäss Berechnungen auf der durch die Umfrage generierten Datenbasis kann der durchschnittliche Wert eines anonymen Internet-Besuchers mit ca. CHF 1.40, der Wert eines authentisierten Besuchers mit über CHF 8.90 beziffert werden. In der Umfrage zeigt sich, dass weder Messbarkeit noch Mitteleinsatz beim Übergang vom anonymen Website-Besucher zum identifizierten Kontakt im Fokus der Schweizer Unternehmen sind. Damit wird ein enormes Potential ignoriert. **Man kann sich dies so vorstellen wie ein attraktiv eingerichtetes Shopping Center, wo die Leute hereinströmen und viel Interesse zeigen, die Verkäufer sich aber ständig verstecken, um nichts zeigen, erklären oder verkaufen zu "müssen".**

Der Online-Kanal wird in der Schweiz immer noch stark als Marketing-Kommunikationskanal und nicht als Verkaufsanbahnungskanal gesehen. Dies zeigt sich auch in den Umfrageresultaten, wonach der Online-Kanal aus "Kundensicht" in über 60% der Antworten als höchstens befriedigend abschneidet, wenn es um die Phasen "Inspiration" und "Evaluation" geht.

Der Leiter der Untersuchung, Bruno von Rotz, CEO von Wyona AG, meint dazu: „Es sind weniger fehlende Technologien oder nicht vorhandene Mittel, die die Unternehmen daran hindern, einen Schritt vorwärts zu machen in ihren eMarketing- und Online-Lead-

Generation-Bemühungen, sondern eher die fehlende Einsicht, dass hier ein wertvolles Potential ruht und dass man sich nicht auf den eigenen Federn ausruhen kann. Die Fähigkeit, erfolgreich Online-Lead-Generation zu betreiben, wird je länger umso mehr ein Differenzierungsfaktor im immer heisser geführten Kampf um den Kunden.“

Die Untersuchungsergebnisse können unter [http://www.wyona.com/Report -  
\\_der Stand von eMarketing und Online-Lead-  
Generation in der Schweiz \(Dezember 2009\).pdf](http://www.wyona.com/Report_-_der_Stand_von_eMarketing_und_Online-Lead-Generation_in_der_Schweiz_(Dezember_2009).pdf) als PDF heruntergeladen werden.

### **Über Wyona**

Wyona, gegründet im Jahre 2000, ist einer der führenden Open Source Integratoren und Berater in der Schweiz. Gleichzeitig ist Wyona auch einer der Vordenker und Innovatoren von Open Source Content Management und Schöpfer von Apache Lenya und Yanel/Yulup. Als Experte entlang einer ganzen Reihe von Apache-Projekten (Cocoon, Luceen/Nutch, Portal, Jackrabbit, etc.) hilft Wyona ihren Kunden in der Schweiz und weltweit, Internet-/Extranet und Intranet-Plattformen zu implementierung und zu verbessern. Mit Yanel verfügt Wyona über eine moderne Content Management und Integration Plattform, die als Basis für eMarketing- und Online-Lead-Generation-Lösungen eingesetzt werden kann.

Für mehr Informationen zu Wyona: <http://www.wyona.com>

### **Presse-Kontakt**

Bruno von Rotz ([bruno.vonrotz@wyona.com](mailto:bruno.vonrotz@wyona.com))

Wyona AG (<http://www.wyona.com>)

Telefon: +41 44 272 91 61

Telefax: +41 44 272 91 62

Skype: wyona-switzerland