

+++ Accenture +++ Bain & Company +++ Booz & Company +++ Boston Consulting Group +++ Capgemini Consulting +++ Deloitte +++ McKinsey +++ Mercer +++ Oliver Wyman +++ Roland Berger +++ Accenture +

Studiensteckbrief

Studie Managementberatungen auf Facebook 2013

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juni 2013



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Studiensteckbrief zur Studie
Managementberatungen auf Facebook 2013

Informationen zur Studie (1)

Sie möchten wissen:

- Wie aktiv Ihre Konkurrenten und deren Fans in der Community sind?
- Wie die Profilseiten anderer Managementberatungen aufgebaut sind und seit wann diese aktiv sind?
- Wie viele Fans Ihre Konkurrenten auf Facebook haben?
- Wie die Stimmung gegenüber Ihrem Unternehmen und der Konkurrenz auf Facebook ist?
- Wofür die Konkurrenz die Plattform nutzt?
- Welche Marketingziele die Berater verfolgen?
- Über welche Themen ihre Wettbewerber posten?
- Wie die analysierten Managementberatungen im Facebook-Ranking abschneiden?

Forschungsdesign:

Die Studie basiert auf Daten, die von research tools auf der Plattform Facebook manuell von Analysten erhoben und ausgewertet wurden. Analysiert werden die offiziellen Profilseiten von zehn Managementberatungen, die aufgrund ihres Marktanteils, ihrer hohen Anzahl an Fans auf der Plattform oder Besonderheiten im Profil oder der Positionierung ausgewählt wurden. Dabei handelt es sich um folgende Anbieter:

Informationen zur Studie (2)

Die zehn analysierten Managementberatungen:

Accenture
Bain & Company
Booz & Company
Boston Consulting Group
Capgemini Consulting
Deloitte Consulting
McKinsey
Mercer
Oliver Wyman
Roland Berger

Informationen zur Studie (3)

Keyfacts (Auswahl)

- Drei Managementberatungen unterhalten ein Profil in deutscher Sprache, die übrigen beschränken sich auf einen international ausgerichteten Auftritt in englischer Sprache.
- Nur fünf der analysierten Unternehmen haben auf ihrem Profil eine Chronik mit Meilensteinen der Unternehmensgeschichte eingerichtet.
- Hinsichtlich der Anzahl der Fans und der Anzahl der People talking about that bestehen große Unterschiede zwischen den untersuchten Anbietern. Überraschenderweise befinden sich unter denjenigen Unternehmen mit den wenigsten Fans zwei Anbieter, die eigentlich durch die Strategie einer internationalen Seite über ein größeres Rekrutierungspotential von Fans verfügen sollten.
- Drei Managementberatungen nutzen Apps zur Verknüpfung mit anderen Social Media Inhalten.
- Sowohl Aktivitätsindex als auch Interaktionsquote werden vom selben Unternehmen angeführt.
- Über die Hälfte der Postings der Unternehmen stellen eine Verlinkung dar. Häufig werden auch Fotos gepostet.
- Das in Unternehmensseite und Fanseite unterteilte Ranking offenbart große Diskrepanzen zwischen den einzelnen Managementberatungen was die Fanseite angeht und ein deutlich ausgeglicheneres Bild auf Unternehmensseite. Das bedeutet, dass Unterschiede im Ranking stärker auf unterschiedlich aktive Fans zurückzuführen sind als auf unterschiedlich intensive Maßnahmen der Unternehmen.

Informationen zur Studie (4)

Die Studie gibt Auskunft über:

- Profilaufbau und Nutzung der Chronik
- Profilnutzung für Marketingzwecke durch Applications und Pinnwanddialog
- Startzeitpunkt der Aktivität
- Zahl der Fans und Rekrutierungsquoten
- Traffic auf den Seiten
- Quantitative Aktivität der Managementberatungen und Fans
- Tonalität der Fanbeiträge
- Art und Thema der Postings und die Reaktionen der Fans

Die Ergebnisse der Unternehmen werden nach einem bewährten System im Kapitel Rankings bewertet. Zudem werden die Ergebnisse anschließend individuell für jede Managementberatung zusammengefasst und Handlungsempfehlungen abgegeben.

Informationen zur Studie (5)

Um eine unmittelbare Nutzung zu ermöglichen, beispielsweise für interne Präsentationen, wird die Studie als PDF- und ppt.-Datei auf CD ausgeliefert.

Die 121 Seiten umfassende Studie kostet **1.800 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Der Herausgeber:

Die Marktforschungsberatung **research tools** hat sich auf die Konzeption innovativer Marktforschungsinstrumente spezialisiert. research tools forscht marketingorientiert und positioniert sich damit als Spezialist für Erfassung, Verständnis und Bewertung von Marketingmaßnahmen der Unternehmen. Seit dem Jahr 2011 hat research tools 23 Marktstudien im Bereich Social Media veröffentlicht.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	10
➤ Zentrale Kennzahlen	16
➤ Profilaufbau	20
▪ Präsenzdauer	23
▪ Informationen	25
▪ Apps auf den Profelseiten	26
➤ Marketingziele	41
▪ Marketingziele des Pinnwanddialogs	44
▪ Marketing mit Apps	45
➤ Fans	46
▪ Zahl der Fans	48
▪ People talking about that	50
▪ Fanquote	51



Inhaltsverzeichnis

➤ Traffic und Engagement	52
▪ Traffic	57
▪ Engagement der Managementberatungen	59
▪ Engagement der Fans (inkl. Tonalität)	62
▪ Aktivitätsindex und Interaktionsquote	68
▪ Aktivitätsindex	69
▪ Interaktionsquote	71
➤ Themen	72
▪ Art der Postings	76
▪ Fanreaktion auf Postings	78
▪ Themen von Unternehmenspostings	79
▪ Fanreaktion auf Themen	83
▪ Highlights	85
➤ Ranking	95
➤ Ergebnisüberblick und Handlungsempfehlungen je Managementberatung	109
➤ Kontakt	120

Beispielseiten (1)

Profilaufbau

Apps auf den Profiseiten

Apps auf den Profiseiten

Unternehmen	1
Accenture	1
Bain & Company	1
Booz & Company	1
Boston Consulting Group	1
Cappgemini Consulting	1
Deloitte Consulting	1
McKinsey & Company	1
Mercer Deutschland	1
Oliver Wyman	1
Roland Berger	1

Quelle: Profiseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools



Profilaufbau

Apps auf den Profiseiten

Highlights

Unternehmen	App
Accenture	Global Connect
Bain & Company	-
Booz & Company	-
Boston Consulting Group	Meet our People
Cappgemini Consulting	Kiosk-App

Quelle: Profiseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools

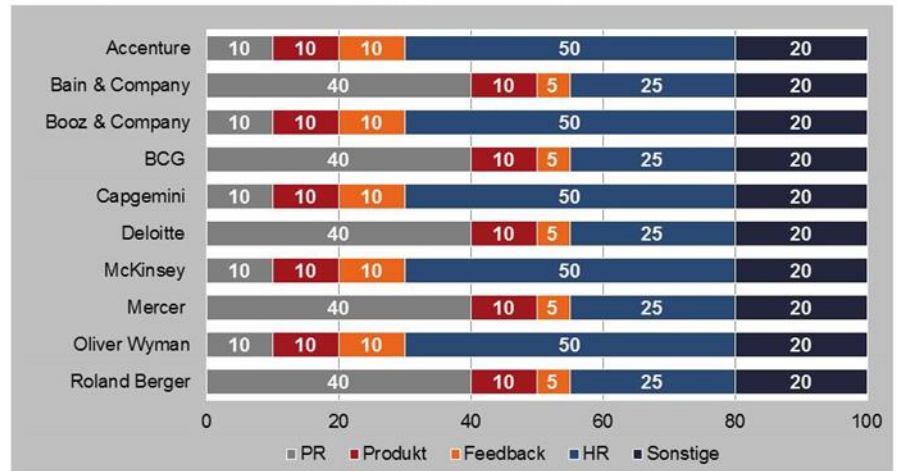


Nutzt der Wettbewerb die Marketingpotenziale der Plattform?

Marketingziele

Marketingziel des Pinnwanddialogs

Marketingziel des Pinnwanddialogs (Angaben in Prozent)



Quelle: Profiseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 25.03.2013)



Studie Managementberatungen auf Facebook 2013

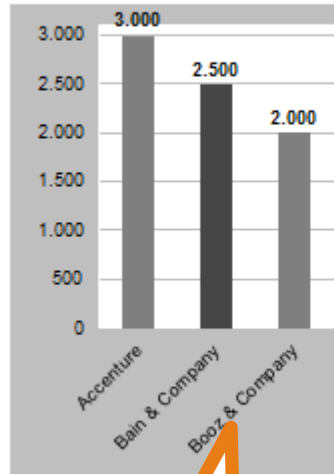
Wie grenzen Unternehmen ihr Profil von anderen ab?

Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.

Beispielseiten (2)

Fans Fanquote

Fanquote (Anzahl Fans pro Monat Facebookpräsenz)



Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools



Traffic und Engagement Engagement der Managementberatungen

Engagement der Managementberatungen

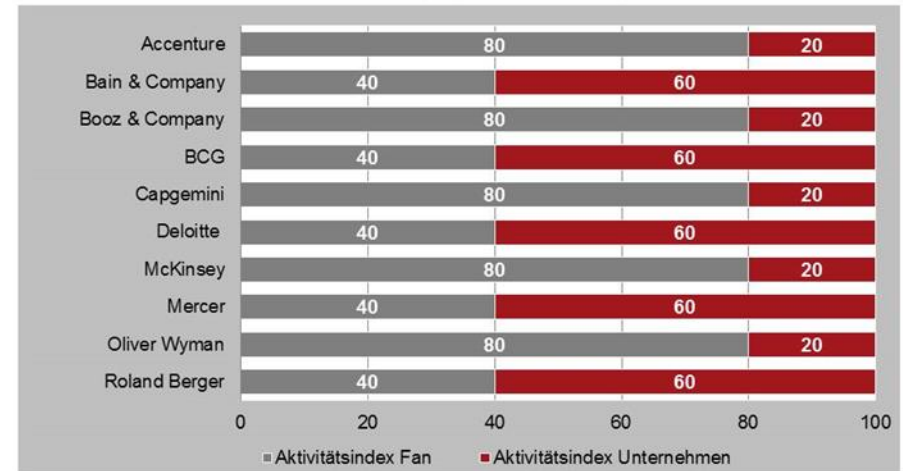
Unternehmen	Postings
Accenture	20
Bain & Company	54
Booz & Company	50
Boston Consulting Group	40
Capgemini Consulting	10
Deloitte Consulting	20
McKinsey & Company	106
Mercer Deutschland	43
Oliver Wyman	67
Roland Berger	60

Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools



Traffic und Engagement Aktivitätsindex

Aktivitätsindex – Unternehmen vs. Fans (Angaben in Prozent)



Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 25.03.2013)



Studie Managementberatungen auf Facebook 2013

Welches Unternehmen löst die höchste Diskussion aus? Wer bekommt das höchste Feedback auf seine Beiträge?

Welcher Wettbewerber hat die größte Fanquote?

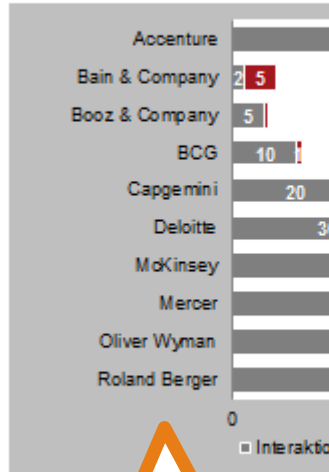
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.

Beispielseiten (3)

Traffic und Engagement

Interaktionsquote

Interaktionsquote – Unternehmen vs. Fans (Angaben in Prozent)

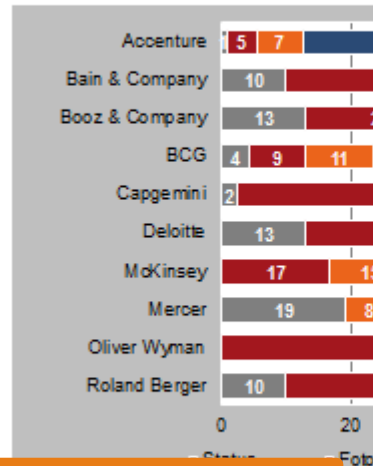


Quelle: Profilsseiten, zusammengestellt



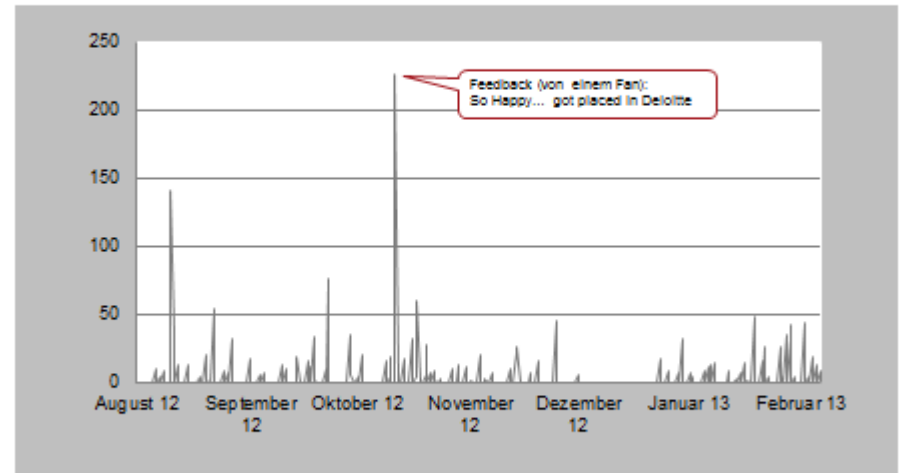
Themen Art der Postings

Art der Postings (Angaben in Prozent)



Themen Highlights

Aktivitätsindex Deloitte Consulting



Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 25.03.2013)



Studie Managementberatungen auf Facebook 2013

Welche Themen beeinflussen den Aktivitätsindex?

Welches Unternehmen verzeichnet die in Relation zur eigenen Aktivität aktivsten Fans?

Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.

Beispielseiten (4)

Themen

Themen von Unternehmenspostings

Anzahl der Unternehmenspostings nach Thema

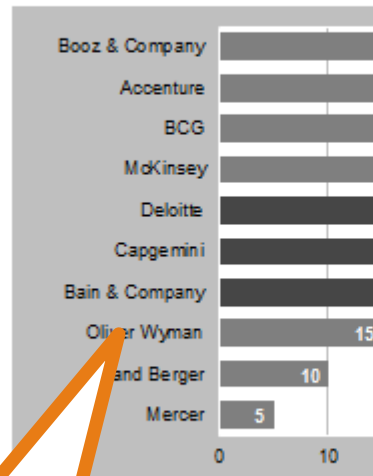
Unternehmen	Anzahl
Accenture	1
Bain & Company	3
Booz & Company	14
Boston Consulting Group	7
Capgemini Consulting	11
Deloitte Consulting	1
McKinsey & Company	10
Mercer Deutschland	2
Oliver Wyman	1
Roland Berger	12

Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools



Ranking

Gesamtranking (Angaben in Prozentpunkten)



Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools



Wo liegen die Stärken und Schwächen? Gibt es ungenutzte Potenziale? Wo kann angesetzt werden?

Ergebnisüberblick und Handlungsempfehlungen je Unternehmen

Unternehmen I

Fans	1.171
Sprechen darüber	37
Aktivität in Monaten	16
Zielerreichung der Marketingziele	87
Themen	7
Aktivität der Unternehmen	81
Aktivität der Fans	1.146
Interaktion der Unternehmen	1
Interaktion der Fans	11
Anteil positiver Fanpostings in %	0,1
Anteil negativer Fanpostings in %	0,0
Anteil neutraler Fanpostings in %	77,7

Pro:

- Relativ hohe Zahl tatsächlich aktiver Fans
- Gute Profilausgestaltung
- Erreichung der Marketingziele

Contra:

- Geringe Fanzahl und sehr geringe Rekrutierungsquote
- Wenig Aktivität durch Unternehmen oder Fans
- Kaum Interaktion von Fans und Unternehmen

Empfehlung:

- Aktionen zur Steigerung der Fanquote
- mehr Aktivität durch das Unternehmen
- Mehr Variation in der Themenwahl

Welcher Anbieter ist Sieger im Ranking?

Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.



Studie Unternehmen auf Facebook 1011

Bestellformular

FAX-Bestellung: +49 (0)711- 55090384

research tools, Wäldenbronner Strasse 2, 73732 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 1.800 EUR zzgl. Mwst. die Studie

„Managementberatungen auf Facebook 2013“

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

Position/Funktion:

E-Mail:

Ort/Datum

Unterschrift

Kontakt

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer, Diplom-Kaufmann,
Marktforscher BVM, Lehrbeauftragter für Marktforschung
Tel. +49 711 55090381, Fax +49 711 55090384,
E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools

Wäldenbronner Straße 2, 73732 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.

Jüngste Facebook- und Google+ Studien:

- Studie Google+ für Automobilmarken (Mai 2013)
- Studie Banken auf Facebook 2012 (August 2012)
- Studie Versicherungen auf Facebook 2012 (August 2012)
- Studie Google+ für Dienstleister 2012 (Juli 2012)
- Studie Politiker auf Facebook 2012 (Juni 2012)