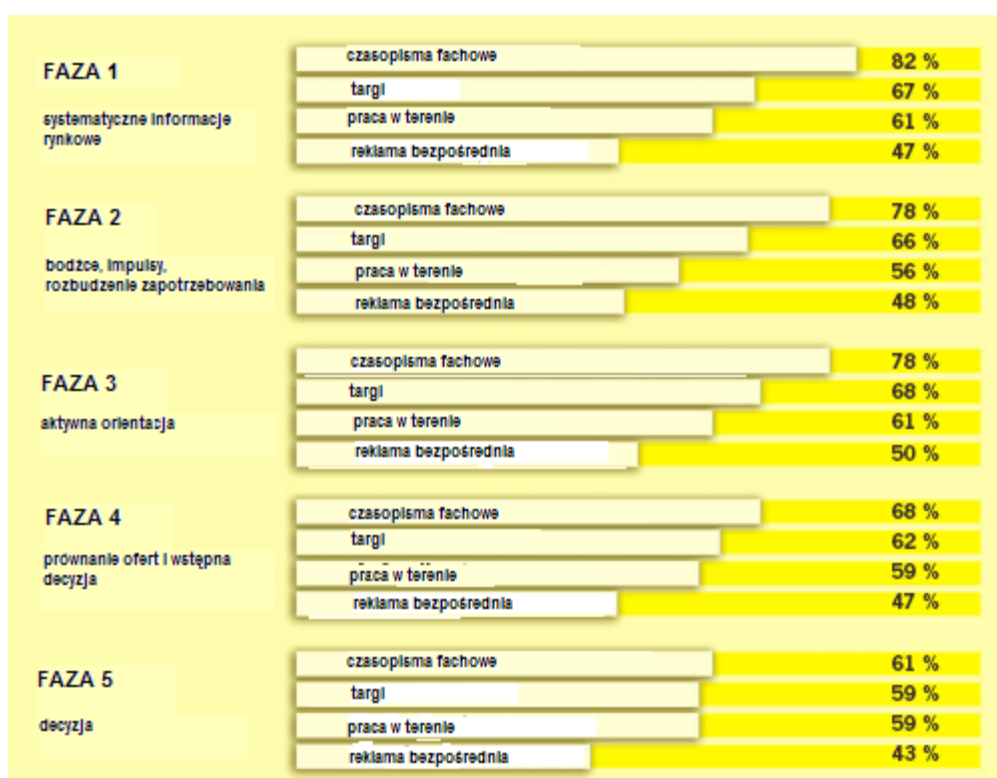


Tłumaczenie części badania Motiv-Analyse Fachmedien 2003, przeprowadzonego przez Stowarzyszenie Niemieckiej Prasy Branżowej (Deutsche Fachpresse).

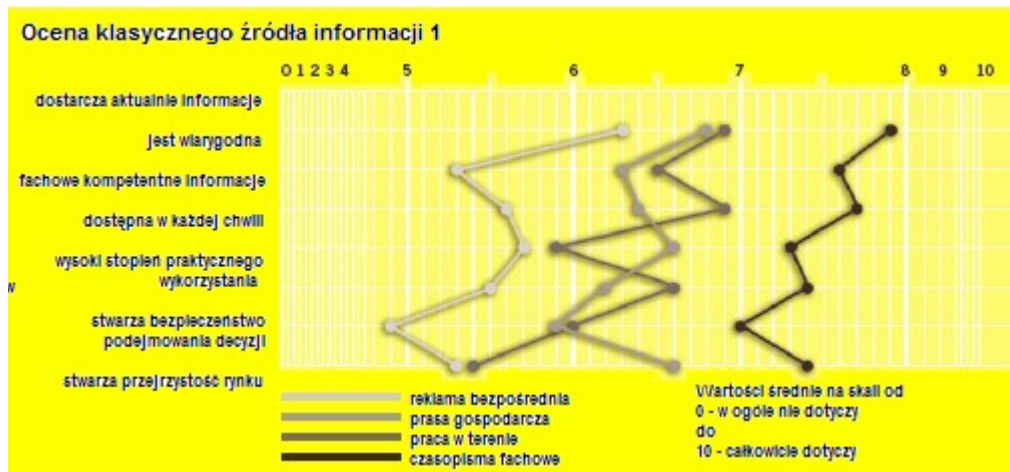
Link do pełnej wersji badania: <http://www.deutsche-fachpresse.de/pages/static/1936.aspx>

.....Podsumowując: podstawowym wnioskiem z analizy motywów przy podejmowaniu decyzji z 2003 r. jest stwierdzenie, iż media fachowe podczas podejmowania decyzji zawodowych, w pozytywny sposób pomagają rozwiązać podstawowy konflikt pomiędzy "Czynić-Musieć" i "Kształtować-Chcieć". Redakcyjne, jak i reklamowe informacje fachowe niwelują ryzyko związane z podejmowaniem decyzji i dają poczucie pewności, pobudzając przez to do twórczego działania.

#### .....Stopień ważności źródeł informacji w fazach komunikacji B-to-B:



## .....Image mediów B-to-B



## .....CZASOPISMA FACHOWE

Oddźwięk ze strony profesjonalnych decydentów...

W jaki sposób odbierane są czasopisma fachowe:

- ▶ **Długoletni towarzysz w zmieniających się czasach:**  
*„Jest lekturą obowiązkową w naszej branży”*
- ▶ **Wyrażenie wyższego szacunku w hierarchii firmy:**  
*„Od dawna nie każdy w zakładzie je otrzymuje”*
- ▶ **Potwierdzenie własnego profesjonalizmu:**  
*„Wiele się już wie – ale dobrze jest wiedzieć, że inni też tak to widzą”*
- ▶ **Funkcja uzupełniająca targi:**  
*„Jeżeli z jakiegoś powodu nie pojedę na targi, o wszystkim mogę przeczytać w spokoju”*
- ▶ **Funkcja filtra informacji:**  
*„Jest dla mnie nieodzowną pomocą podczas sortowania i ważenia różnorodnych informacji”*
- ▶ **Wrażenie kompetencji:**  
*„Jest absolutnie rzetelne z dobrze przygotowanymi materiałami źródłowymi od 100-procentowego eksperta!”*
- ▶ **Ogłoszenia działają również jak lustrzane odbicie branży**  
*„Zawsze patrzę, jakie firmy dają ogłoszenia – co mają do powiedzenia i czy w ogóle jeszcze istnieją”.....*

.....„Image” mediów B-to-B w podsumowaniu

**Czasopisma  
fachowe:**

Korzystanie \* 14,2 mln decydentów i biorących udział w podejmowaniu decyzji **85 %**

*„Udzielanie rad decydentowi z permanentnym dostępem”*

- ▶ Filtr informacji
- ▶ Nadawca orientacji
- ▶ Kierunkowskaz
- ▶ Kompetentny instruktor
- ▶ Odzwierciedlenie sytuacji na rynku

**Targi:**

Korzystanie \* **39 %**

*„Czasochłonne spotkanie klasowe w celu zobaczenia i dotknięcia”*

- ▶ Archetyp handlu i spotkań
- ▶ Autentyczność i bezpośredni finał
- ▶ Bliskość rynku
- ▶ Platforma innowacji
- ▶ Ale i problem efektywności: relacja nakład-przychód często jest niezadawalająca

**Praca**

Korzystanie \* **58 %**

**w terenie (handlowcy):**

*„Pomocne dręczące duchy – ludzkie – spoufalające się”*

- ▶ Żywy i bezpośredni moduł kontaktowy
- ▶ Pochlebny poprzez akcentowaną orientację na serwis
- ▶ Informator o zewnętrznym świecie danej branży
- ▶ Coraz natrętniejsze zorientowanie na finalizowanie spraw:  
„łatwo przywołać – trudno się pozbyć”
- ▶ Ale i problem wiarygodności: jednostronność informacji

**Reklama  
bepośrednia:**

Korzystanie \* **54 %**

*„Pokarm dla kosza z rzadkim rozeznaniem sytuacji”*

- ▶ Przydatne w przypadku potrzeby zdobycia szczegółowych informacji
- ▶ Wizytówka zaufanych dostawców
- ▶ Masowo przychodzący „Papierowi przedstawiciele” – łatwi do zbycia
- ▶ Ale i problem akceptacji: złość spowodowana natłokiem

Internet:

Korzystanie \* 61 %

***„Instytucja poszukiwania skarbów na otwartym morzu informacji z całego świata”***

- ▶ Terytorium nieskończonych możliwości
- ▶ Uciążliwe łowy naprawdę dużych ryb
- ▶ Czasami przydatne, czasami nieproduktywne – trudne do oddzielenia ziarna od plew
- ▶ Ale i problem zaufania: „zawsze wymaga sprawdzenia”

**Podsumowanie rozdziału:**

Czasopisma fachowe utrzymały swoją wysoką pozycję na rynku nie tylko pod względem ilościowym, ale także nadal – pomimo znaczących zmian w krajobrazie mediów – cieszą się dużym zaufaniem pod względem wiarygodności i kompetencji. Ważne alternatywy mediów B-to-B nie tylko muszą pogodzić się ze stratami ilościowymi – tracą również na poważaniu.

.....

*Studium podstawowe Niemieckiej Prasy Fachowej 2003 rok*  
Co działa na profesjonalnych decydentów – i w jaki sposób dają się uaktywnić?