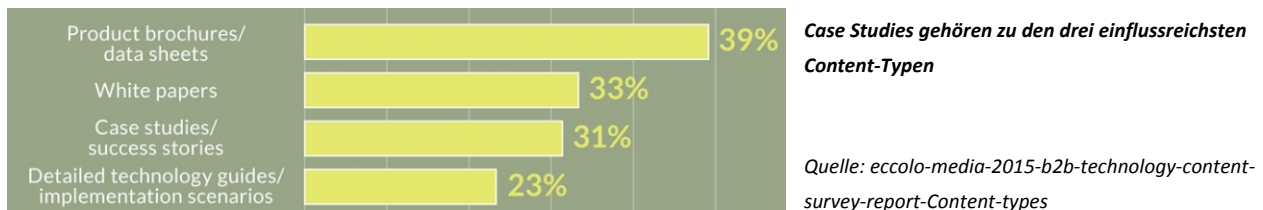


Fünf Kriterien, die glaubwürdige Case Studies erfüllen müssen

◆ Case Studies müssen die Sicht des Anwenders darstellen

Empfehlungen von befreundeten Unternehmen sind im Entscheidungsprozess von sehr großer Wirkung. Der Empfehlende ist persönlich bekannt und dadurch glaubwürdig. Die Empfehlung beruht auf konkreten und nachprüfbareren Erfahrungen. Solche persönlichen Empfehlungen vermitteln Daten und Fakten sowohl über die Leistung als auch den Anbieter. Dadurch sind Empfehlungen in besonderer Weise geeignet, das Risiko bei Kaufentscheidungen zu reduzieren.



Nur wenn die Anwendererfahrungen glaubwürdig beschrieben sind, schaffen Case Studies Vertrauen in die Funktionsfähigkeit der Lösung. Solche Texte beschreiben den Einsatz einer Lösung deshalb aus der Sicht des Anwenders. Die authentische Darstellung der Anwendersicht erfordert auch, dass der Anwender selbst zu Wort kommt. Dabei reicht das übliche Zitat des Anwenders am Textende mit dem Lob für die Leistungen des Lieferanten nicht aus. Die Aussagen des Anwenders sollten der rote Faden der ganzen Darstellung sein.

◆ Case Studies müssen eine Geschichte glaubwürdig erzählen

Nur wenn die Anwendererfahrungen einen nachvollziehbaren Einblick in die Problemlage des Anwenders geben, sind sie nachvollziehbar. Leser erwarten eine sachlich geschriebene Geschichte, die auf konkreten Daten basiert und erzählt, wie der Anwender das Problem gelöst hat. Eine solche Darstellung erfordert ein gutes journalistisches Handwerk. Werbliche Texte des Anbieters werden dem nicht gerecht.

◆ Case Studies müssen ausreichend detailliert sein

Nur wenn der Lösungseinsatz beim Anwender so detailliert beschrieben wird, dass der Bedarf des Anwenders, die Herausforderungen bei der Einführung und die Umstände beim Einsatz deutlich werden, erfüllt er seinen Zweck zur Risikoreduzierung. Es geht um Zahlen und Fakten. Leistungsbeschreibungen aus einer Produktbroschüre werden dem nicht gerecht.

◆ Case Studies müssen die Entscheidungsgründe für eine Lösung transparent machen

Nur wenn deutlich wird, welche Gründe für den Einsatz einer Lösung maßgeblich waren, ist die Darstellung nachvollziehbar und glaubwürdig.

◆ Case Studies müssen nachprüfbar sein

Nur wenn das Unternehmen und der Anwender namentlich genannt werden, hat der B2B-Käufer die Möglichkeit, Kontakt aufzunehmen und die Angaben zu überprüfen.

Kernaussage: Nicht jede Case Study ist glaubwürdig und erfüllt ihren Zweck. B2B-Käufer erwarten Informationen, die die Risiken einer Kaufentscheidung reduzieren.

Martin Orgies
Fachjournalist für
technische Themen

Fiedelerstr. 32, 30519 Hannover
Tel.: 0511/760 050 50
Fax: 0511/760 050 51
eMail: case-studies@orgies.com
<https://fach-journalist.de>
USt-IdNr. DE 22 78 85 767