Über welche Medien würden Sie gerne Informationen von der ASTA GmbH & C. KG erhalten?

Mehrfachnennung

* E-Mail-Newsletter
* Postsendung (Brief, Katalog, Flyer)
* Social Media
* Telefonisch
* Durch den ASTA-Außendienst
* Sonstige, und zwar: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Welche Produkte der ASTA kaufen und kennen Sie bereits?

Arbeitsschutz

Schuhe

Kleidung

Betriebshygiene

Erste Hilfe

Sicherheits-/Gebäudetechnik

Infektionsschutz

Antwortoptionen: kaufe ich, kenne ich, kenne ich nicht

Wo informieren Sie sich über Arbeitschutz im Allgemeinen?

* Suchmaschinen
* Website der Hersteller
* Website der Arbeitsschutz-Händler
* Social Media
* Fachveranstaltungen/ Messen (ggf. Präsenz vs. online)
* Erfahrungsaustausch mit Kollegen
* Fachzeitschriften
* Direktkontakt mit bestehenden Lieferanten
* Sonstiges, und zwar:

Wie beurteilen Sie die zukünftige Bedeutung dieser Informationskanäle für Ihre Informationssuchen?

Bedeutung wird zunehmen – gleich bleiben - abnehmen

Auf welchen Social Media Plattform sind Sie persönlich vertreten/angemeldet?

* LinkedIn
* Xing
* Twitter
* Facebook
* WhatsApp
* Instagram
* TikTok
* Sonstige, und zwar:

**Nächste Projekte**Welche größeren Projekte stehen in Ihrem Aufgabengebiet in den nächsten Monaten an? Welchen Themen und Aufgaben möchten Sie in den nächsten 24 Monaten angehen? Zum Beispiel: Mitarbeiter Rekrutierung, DSGVO, Nachhaltigkeit, E-Commerce, Digitalisierung etc.

**Pain Points**Worüber ärgern Sie sich in Ihrem Berufsalltag besonders?

**Investitionsauslöser**Was sind die ausschlaggebenden Gründe für Sie, wenn Sie im Bereich Arbeitschutz nach neuen Produkten oder Lieferanten zu suchen?
*(Es beschreibt auch die organisatorischen und persönlichen Umstände, durch die der Käufer beschließt, den Status Quo zu beenden und zeitliche sowie monetäre Pläne neu zu sortieren. Diese Aussagen beschreiben den frühestmöglichen Zeitpunkt in der Buyer’s Journey.)*

**Erfolgsfaktoren**Wann bezeichnen Sie die Zusammenarbeit mit einem Arbeitsschutz-Händler für Sie als gewinnbringend?

D*iese weichen unter Umständen von den typischen Produktbeschreibungen ab und liefern die tatsächlichen Benefits für die Kunden.*

**Typische Hürden**Was würde Sie von einem Kauf oder bereits im Vorfeld von einer weiteren Beschäftigung mit einem potenziellen Arbeitsschutzhändler abhalten?
*Welche Produkteigenschaften oder Serviceleistungen werden vorausgesetzt. Das Nicht-Erfüllen dieser Eigenschaften wird demnach von der Buyer Persona abgestraft. Möglicherweise kommen hier auch Vorzüge der Konkurrenz zum Vorschein.*