



RECOMMENDER 2011

in Zusammenarbeit mit dem
Finanzmarketing-Verband Österreich



Telefonmarketing



Marktforschung



Mystery-Calling



Mystery-Shopping



Seminare



Promotion

Ihr Partner in
den Bereichen:



Telefonmarketing



Marktforschung



Mystery-Calling



Mystery-Shopping



Seminare



Promotion

RECOMMENDER 2011

- AUFTRAGGEBER: **FINANZ-MARKETING VERBAND ÖSTERREICH**
- AUSFÜHRENDES INSTITUT: **TELEMARK MARKETING**
- PROJEKTLEITUNG (TELEMARK MARKETING): MMag. Robert Sobotka (robert.sobotka@telemark.co.at)
- ZIELE: Feststellung der Zufriedenheit von Versicherungs- bzw. Bankkunden bezüglich folgender Schwerpunkt-Gebiete:
 -) Wahrscheinlichkeit der Weiterempfehlung des Institutes durch die Kunden (NPS)
 -) Generelle Zufriedenheit mit dem Institut
 -) Zufriedenheit mit den einzelnen Leistungsmerkmalen bzw. Produkten
 -) Durchführung von Beratungsgesprächen
 -) Zufriedenheit mit den Beratungsgesprächen, außerdem

soll es mittels der Befragung ermöglicht werden, aus Sicht der Kunden Stärken und Schwächen in den genannten Gebieten zu fokussieren sowie mögliche Defizite und somit Verbesserungspotentiale in der Kundenorientierung aufzudecken.

- GRUNDGESAMTHEIT: Österreichische Kunden von Versicherungen und Banken im Alter von 19-70 Jahren
- AUSWAHLVERFAHREN, STICHPROBENGRÖSSE: Die Selektion der Kunden erfolgte per Zufall aus öffentlichen Telefonverzeichnissen. Die Stichprobe entspricht hinsichtlich ihrer demographischen Eigenschaften einem verkleinerten Abbild von Österreich (n=6000).
- TATSÄCHLICHER UMFANG DER STICHPROBE: Es wurden insgesamt 6000 Personen befragt. Davon beurteilten 5537 Personen ihre Hauptbankverbindung, 5175 Personen ihre Hauptversicherung sowie 3525 Personen ihre Bausparkasse.
- ERHEBUNGSMETHODIK: Telefonische Interviews, der Fragebogen wurde mittels CATI vom Interviewer ausgefüllt.
- GEWICHTUNGSVERFAHREN: Keine
- STRUKTUR DES FRAGEBOGENS: Der Fragebogen behandelt alle unter den Zielen genannten Themengebiete.
- GENAUE FRAGESTELLUNG: Der Fragebogen enthält sowohl geschlossene als auch offene Fragen. In Bezug auf die geschlossenen Fragen enthält der Fragebogen sowohl nominal-, ordinal- wie auch kardinalskalierte Antwortvorgaben. Bei den offenen bzw. zusätzlich offen gestellten Fragen handelt es sich um Inhalte und Themen, die aufgrund der Vielfalt der Antwortmöglichkeiten nach Flexibilität verlangen und eine Standardisierung hier mit einem Erhebungsdaten-Verlust verbunden wäre. Dadurch haben die Kunden die Möglichkeit Ihre Meinung offen, das heißt flexibel und ausführlich zu argumentieren.
- FELDARBEIT: Die Befragung wurde im Zeitraum zwischen dem 11. Jänner 2011 und dem 19. April 2011 durchgeführt.
- METHODE DER AUSWERTUNG: Die Auswertung der Fragebögen erfolgte mittels Häufigkeitstabellen, Kreuztabellen, Mittelwerttabellen und Korrelationstabellen.

Ihr Partner in
den Bereichen:



Telefonmarketing



Marktforschung



Mystery-Calling



Mystery-Shopping



Seminare



Promotion

1140 Wien,
Zehetnergasse 6
Tel: +43 (0)1 892 85 85-0
Fax: +43 (0)1 892 85 85-85
Mail: office@telemark.co.at
www.telemark-marketing.com

1. ALLGEMEINES

Hauptversicherung

Ihr Partner in
den Bereichen:



Telefonmarketing



Marktforschung



Mystery-Calling



Mystery-Shopping



Seminare



Promotion

Denken Sie bitte an die Versicherungsgesellschaft, mit der Sie am meisten Kontakt haben!
Welche Versicherung ist das?

Hauptversicherung:	Anzahl
Uniq	1055
Generali	831
Allianz	639
Wiener Städtische	614
OÖ Landesversicherung	239
Grazer Wechselseitige, GRAWE	237
Donau	226
NÖ Landesversicherung	184
Zürich	182
Wüstenrot	170
Raiffeisen	166
Merkur	71
Helvetia	69
Tiroler Landesversicherung	61
Sparkasse	54
Basler	52
Vorarlberger Landesversicherung, VLV	50
Hannover, HDI	44
Österreichische Beamtenversicherung ÖBV	38
Viktoria Versicherung, Volksbank	27
VAV	22

Laut Ausschreibung werden für den
Bewerb „Hauptversicherung“ nur
Institute berücksichtigt, die über 100
Nennungen erzielten und in
zumindest 7 Bundesländern genannt
wurden. Aus diesem Grund wurden
die OÖV sowie die NÖV nicht
gewertet.

Marktanteile der Versicherungen nach Vertriebswegen (Hauptkunden)

Ihr Partner in den Bereichen:



Telefonmarketing



Marktforschung



Mystery-Calling



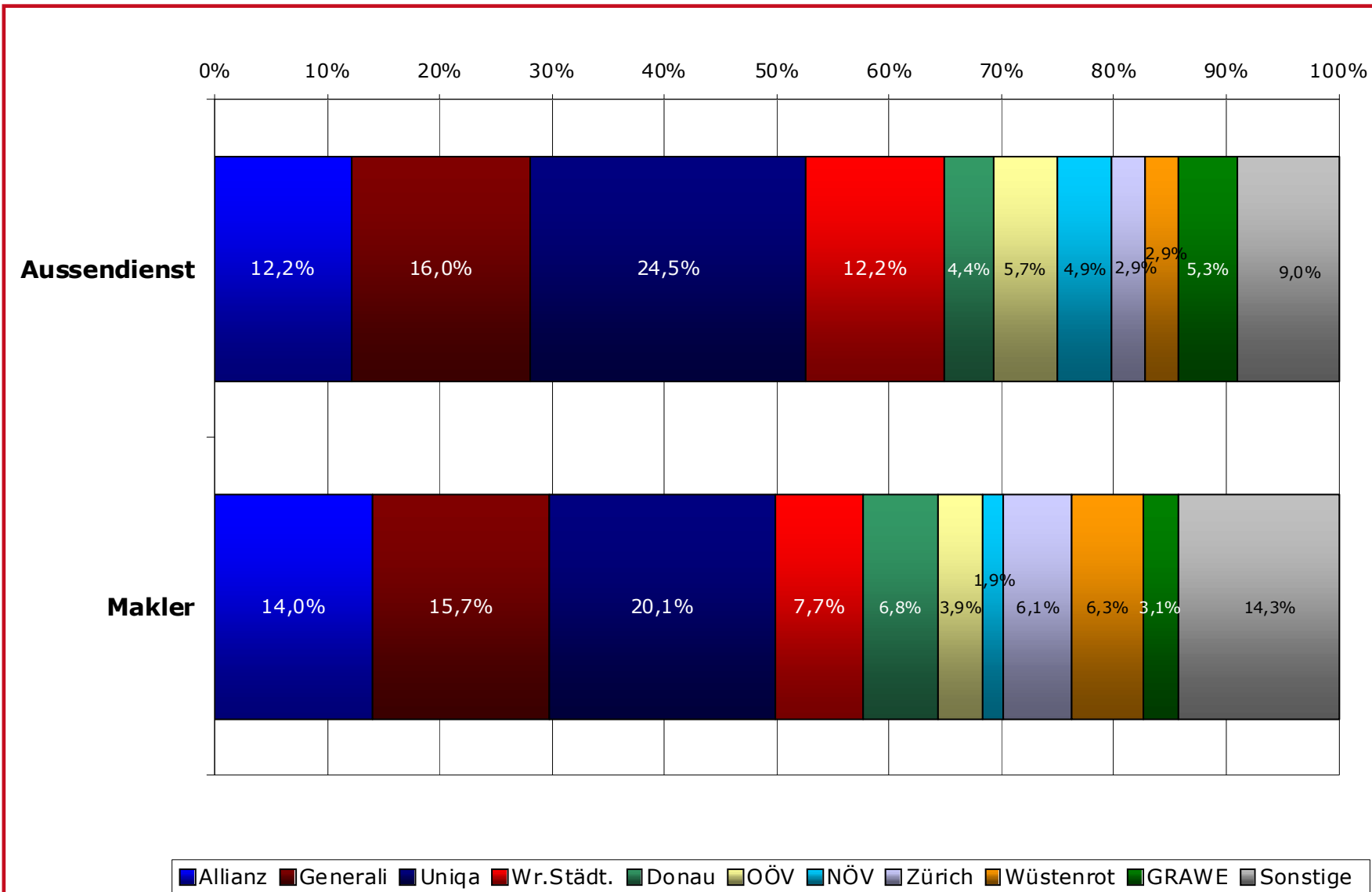
Mystery-Shopping



Seminare



Promotion



Erläuterung: Angabe des Kunden, ob der Kontakt zur jeweiligen Versicherung über den Außendienst der Versicherung oder über einen Makler erfolgt.

Ihr Partner in
den Bereichen:



Telefonmarketing



Marktforschung



Mystery-Calling



Mystery-Shopping



Seminare



Promotion

2. Net Promotor Score © Bain & Co

Wie wird der NPS gemessen?

Ihr Partner in
den Bereichen:



Telefonmarketing



Marktforschung



Mystery-Calling



Mystery-Shopping

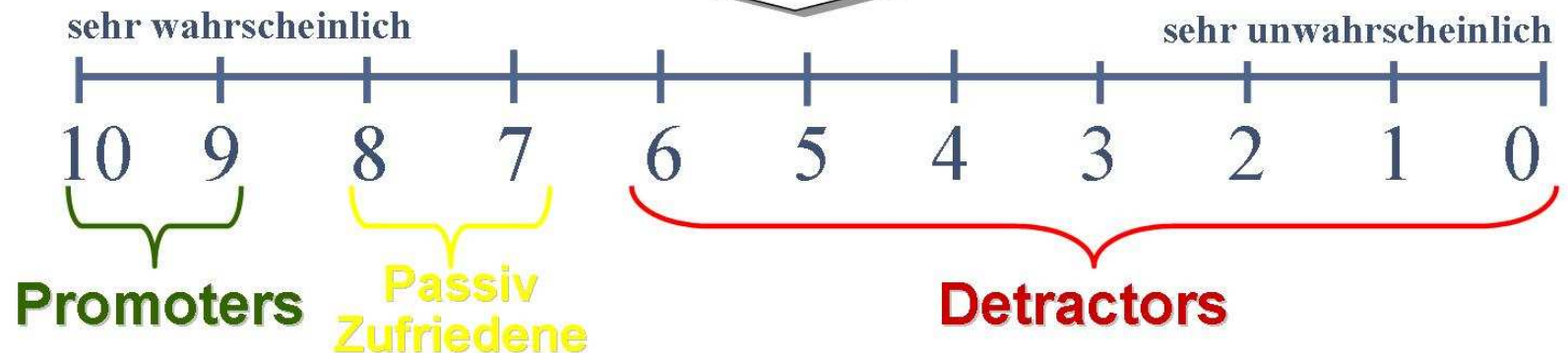


Seminare



Promotion

„Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie *Unternehmen XY* einem/r Freund/in oder Kollegen/in weiterempfehlen?“



Net Promoter Score® = % Promoters – % Detractors

NPS: Differenz zwischen Anteil der Kunden, die „ihre“ Marke/Produkt aktiv weiterempfehlen und denen, die eher kritisch eingestellt sind.

Quelle: Reichheld; Fred: „*The Ultimate Question*“, Harvard Business School Press © 2006

NPS der Branchen im Zeitverlauf

Ihr Partner in
den Bereichen:



Telefonmarketing



Marktforschung



Mystery-Calling



Mystery-Shopping

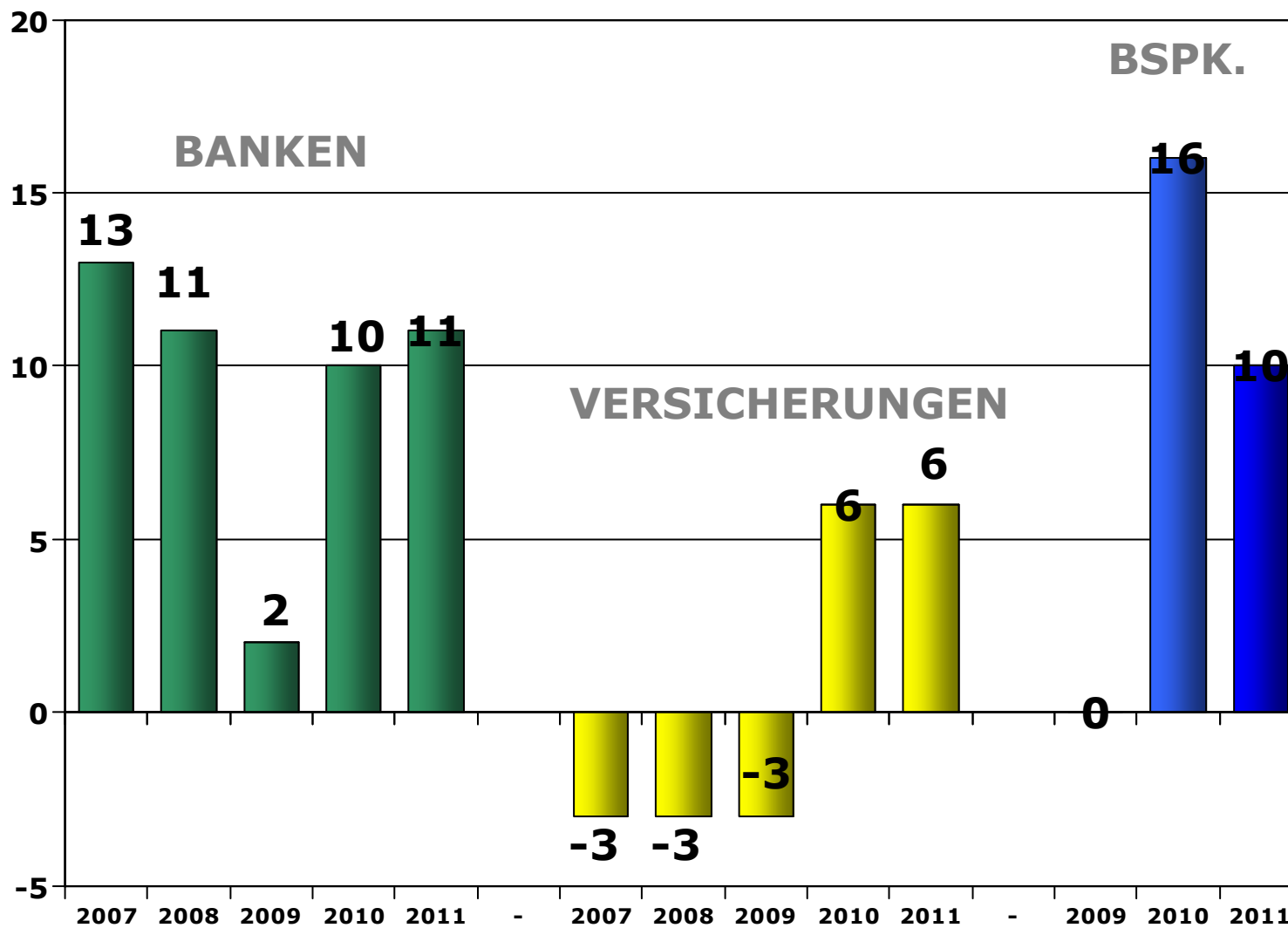


Seminare



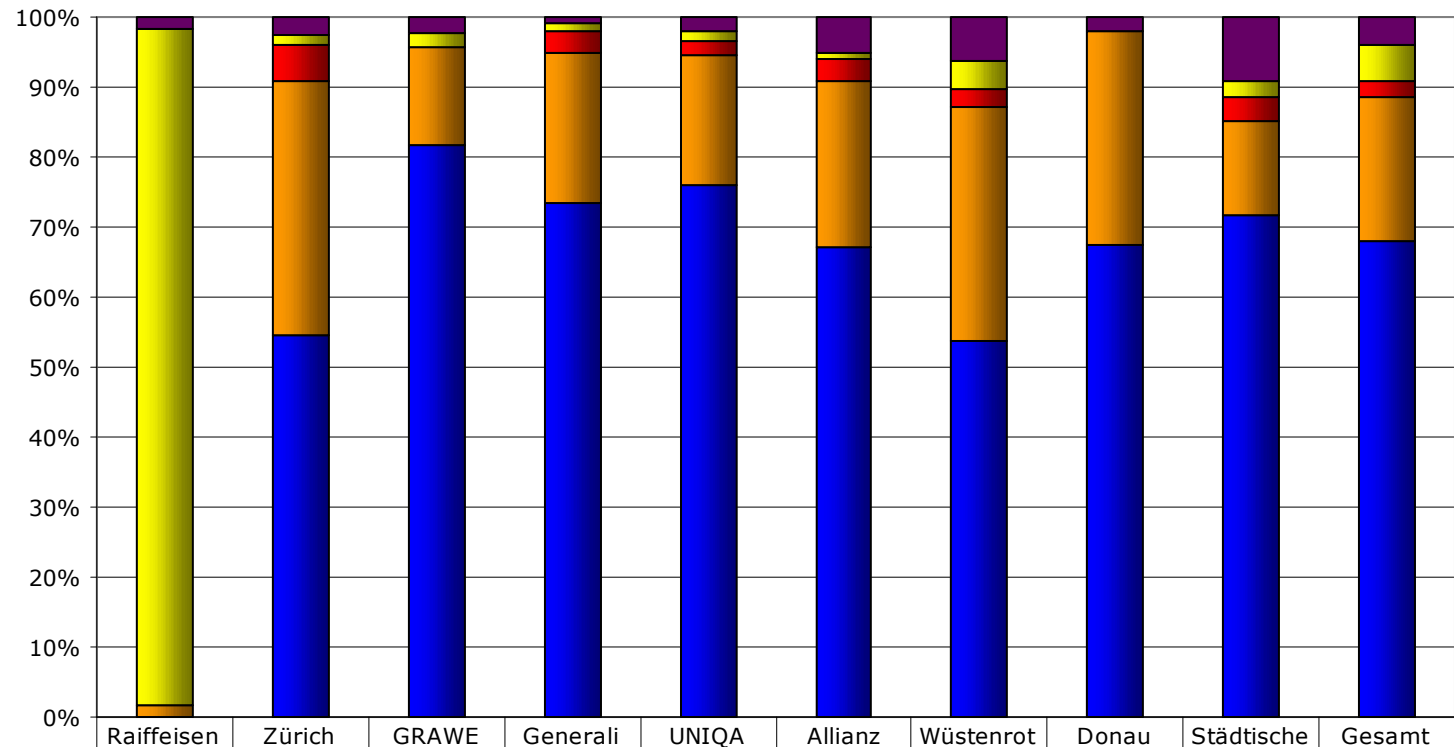
Promotion

1140 Wien,
Zehetnergasse 6
Tel: +43 (0)1 892 85 85-0
Fax: +43 (0)1 892 85 85-85
Mail: office@telemark.co.at
www.telemark-marketing.com



Vertriebsweg (Hauptversicherung)

Die Kontaktperson zu Ihrer "Hauptversicherung" ist...



	Raiffeisen	Zürich	GRAWE	Generali	UNIQA	Allianz	Wüstenrot	Donau	Städtische	Gesamt
keine Kontaktperson	1,6%	2,6%	2,2%	1,0%	2,1%	5,3%	6,4%	2,0%	9,1%	4,0%
Betreuer bei meiner Bank	96,8%	1,3%	2,2%	1,0%	1,3%	0,8%	3,8%	0,0%	2,5%	5,1%
Finanzdienstleister	0,0%	5,2%	0,0%	3,2%	2,1%	3,0%	2,6%	0,0%	3,3%	2,4%
Makler	1,6%	36,4%	14,0%	21,4%	18,4%	23,8%	33,3%	30,6%	13,6%	20,5%
Aussendienstmitarbeiter	0,0%	54,5%	81,7%	73,5%	76,1%	67,2%	53,8%	67,3%	71,6%	68,0%

Ihr Partner in den Bereichen:



Telefonmarketing



Marktforschung



Mystery-Calling



Mystery-Shopping



Seminare



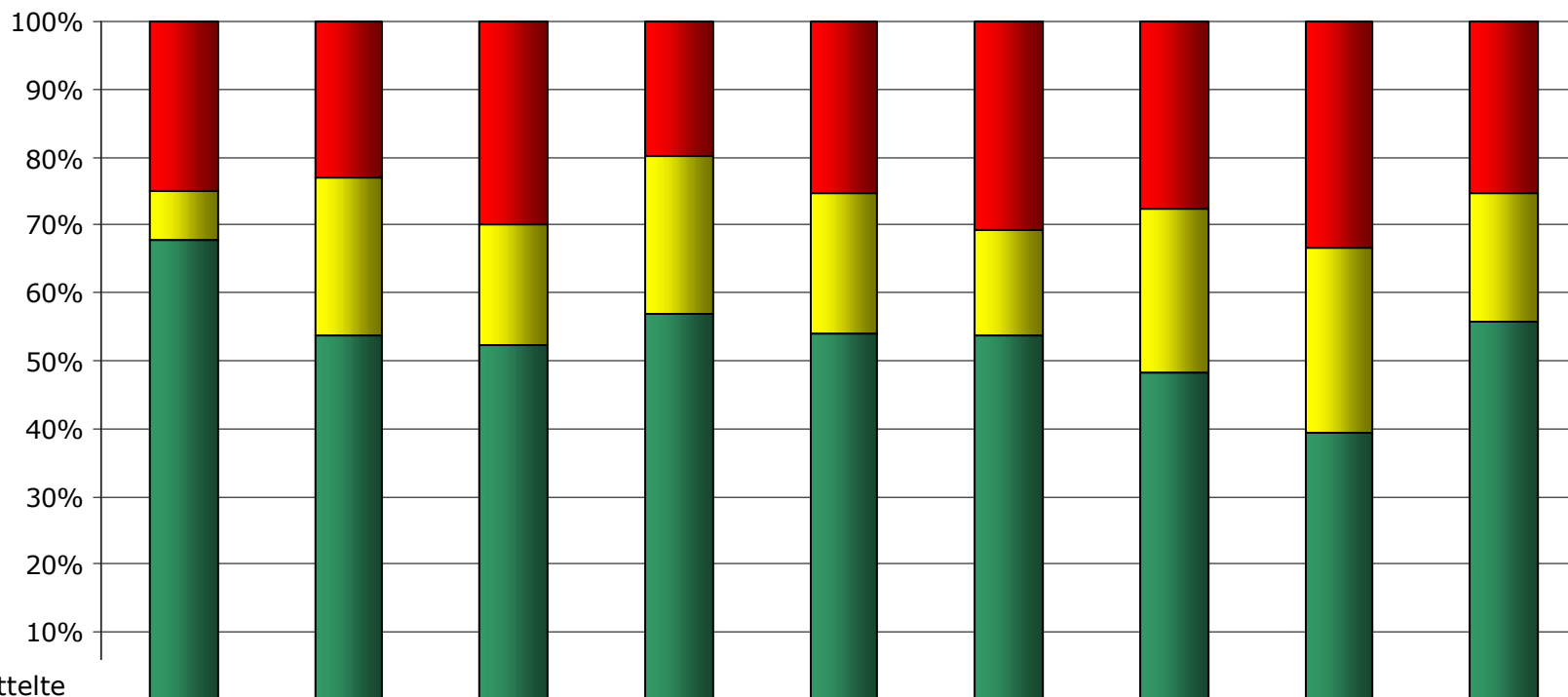
Promotion

1140 Wien,
Zehetnergasse 6
Tel: +43 (0)1 892 85 85-0
Fax: +43 (0)1 892 85 85-85
Mail: office@telemark.co.at
www.telemark-marketing.com

NPS -Werte der Makler (getrennt nach Hauptversicherer)

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Ihren Makler an Freunde / Bekannte weiterempfehlen?

NPS **43%** **31%** **22%** **37%** **29%** **23%** **21%** **6%** **31%**



Vermittelte Versicherung:	Zürich	GRAWE	Generali	Uniqa	Allianz	Wüstenrot	Donau	Städtische	Gesamt
■ Detractoren	25,0	23,1	29,9	19,8	25,4	30,8	27,6	33,3	25,4
■ Neutrale	7,1	23,1	17,9	23,3	20,6	15,4	24,1	27,3	18,7
■ Promotoren	67,9	53,8	52,2	57,0	54,0	53,8	48,3	39,4	55,9

Ihr Partner in den Bereichen:



Telefonmarketing



Marktforschung



Mystery-Calling



Mystery-Shopping



Seminare



Promotion

1140 Wien,
Zehetnergasse 6
Tel: +43 (0)1 892 85 85-0
Fax: +43 (0)1 892 85 85-85
Mail: office@telemark.co.at
www.telemark-marketing.com

NPS -Werte Makler im Vergleich zur Versicherung

Ihr Partner in den Bereichen:



Telefonmarketing



Marktforschung



Mystery-Calling



Mystery-Shopping

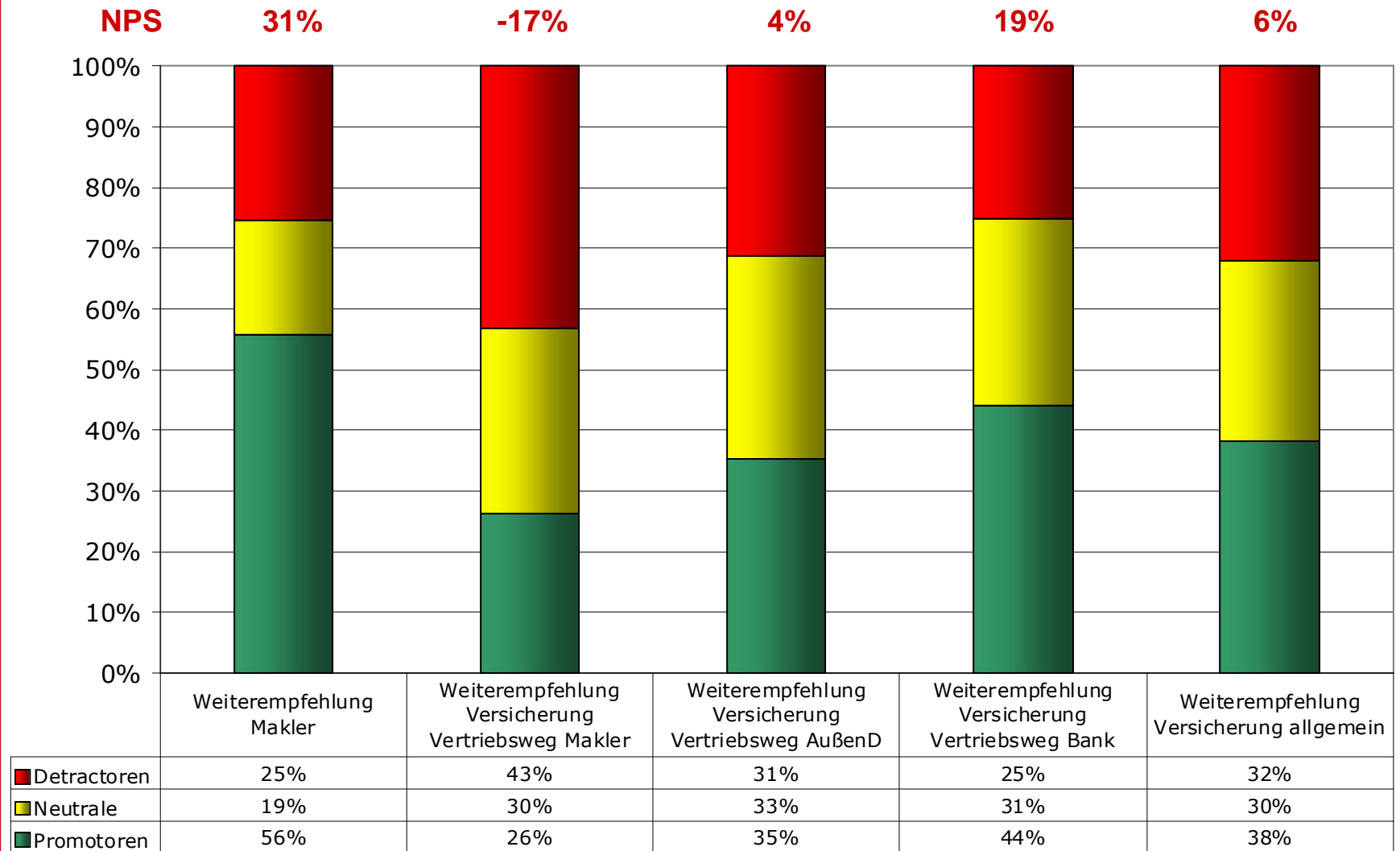


Seminare



Promotion

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Ihren Makler / Ihre Versicherung an Freunde / Bekannte weiterempfehlen?



NPS -Werte Makler / Außendienst im Zeitablauf

Ihr Partner in den Bereichen:

Telefonmarketing

Marktforschung

Mystery-Calling

Mystery-Shopping

Seminare

Promotion

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Ihren Makler / Ihre Versicherung an Freunde / Bekannte weiterempfehlen?

