

Vergleichsportale für Versicherungen

– Kundenerwartungen, Erfolgsfaktoren und Status quo –



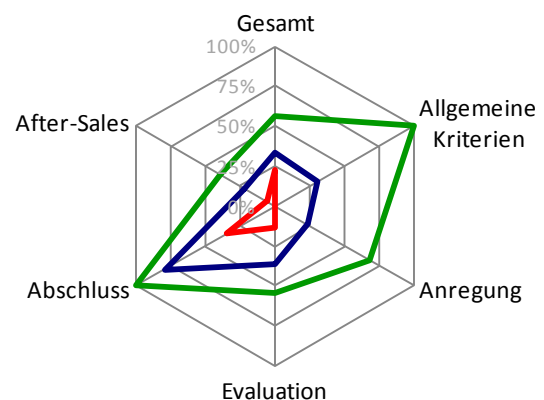
Nahezu jeder Kaufentscheidung geht heutzutage eine Recherche im Internet voraus. Auch vor dem Erwerb von Versicherungen ist die intensive Information über Anbieter und Produkte im World Wide Web üblich. Vergleichsportale für Versicherungen spielen hier eine entscheidende Rolle, da sie Transparenz der Preise und Leistungen versprechen. Neben der Information zu Versicherungsprodukten gewinnt das Internet auch für den Produktabschluss an Bedeutung. Es ist deshalb wichtig, dass Vergleichsportale aufbauend auf der Recherche des Kunden versuchen, sein Interesse für ein Produkt zum Zeitpunkt der Kaufentscheidung aufzugreifen und ihm die Möglichkeit zum direkten Produktabschluss zu bieten.

Die Studie „Vergleichsportale für Versicherungen“ stellt zunächst die verschiedenen Arten der Vergleichsportale sowie der Chancen und Risiken für Versicherungsunternehmen im Hinblick auf die Zusammenarbeit mit den Portalen dar. Darüber hinaus zeigt die Studie auf, wie die Portale den Kunden optimal in den einzelnen Phasen seines Kaufentscheidungsprozesses unterstützen, um idealerweise eine langfristige Kundenbeziehung aufzubauen.

Zur Analyse der Anforderungen und Erwartungen der Kunden an die Portale werden deshalb 386 Internetnutzer zur Bedeutung des Internets beim Erwerb von Versicherungsprodukten und zum Umgang mit Vergleichsportalen befragt. Sie geben dabei an, welche Kriterien für die Wahl eines solchen Portals entscheidend sind und welche Vor- und Nachteile sie in der Nutzung von Vergleichsportalen sehen. Des Weiteren werden Anforderungen

der Kunden an die Vergleichsportale in den einzelnen Phasen des Kaufentscheidungsprozesses dargestellt. Indem sich die Portale dieser Anforderungen annehmen, wird es ihnen gelingen, den vorhandenen Kundenkontakt aufzugreifen und zusätzliches Geschäft zu generieren.

Ein weiterer Inhalt der Studie „Vergleichsportale für Versicherungen“ ist die Evaluation der Vergleichsportale hinsichtlich ihrer Beratungsqualität. Diese Untersuchungsergebnisse deuten auf Handlungsbedarfe in allen Phasen des Kaufprozesses hin.



— Beste — Durchschnitt — Schlechteste

Allerdings sind bereits erste Ansätze für eine optimale vertriebliche Ausgestaltung der Portale zu erkennen. Die Studie zeigt anhand von Screenshots Best Practices in der Ausgestaltung der Beratungsqualität der Portale und gibt Handlungsempfehlungen, damit diese eine langfristige Kundenbindung aufbauen und dadurch Ansprechpartner für alle Versicherungsbelange der Kunden werden.

Information und Bestellung

Tel.: +49 9 41 / 9 43-19 21

Fax: +49 9 41 / 9 43-18 88

ibi research an der Universität Regensburg GmbH

Andrea Rosenlehner

Galgenbergstr. 25

D-93053 Regensburg

andrea.rosenlehner@ibi.de



research

an der Universität Regensburg

Vergleichsportale für Versicherungen

Kundenerwartungen, Erfolgsfaktoren

und Status quo

Senden Sie uns einfach das ausgefüllte Formular per Fax oder per Post zurück.

Anrede: Herr

Frau

Titel / Nachname / Vorname

Firma

Position / Abteilung

Straße / Hausnummer

Land / PLZ / Ort

Telefon / Fax

E-Mail

Vergleichsportale für Versicherungen

Kundenerwartungen, Erfolgsfaktoren
und Status quo

Christiane Früchtel, Anja Peters, Katharina Seitz

- 108 Seiten
- 56 Abbildungen und Tabellen
- ISBN: 978-3-940416-36-0

Ja, ich bestelle die Studie „**Vergleichsportale für Versicherungen**“ für EUR 495,00 (inkl. MwSt.)

Ja, ich möchte stets aktuell über Veranstaltungen, Publikationen und Angebote von ibi research per E-Mail informiert werden.

Datum, Unterschrift