



Neukundentest Versicherungen 2016



Telefonmarketing



Seminare



Marktforschung

Auftraggeber: Eigenstudie Telemark Marketing

Studienleitung: MMag. Robert Sobotka, MBA

Zielsetzung:

- Test der Servicequalität der Finanzdienstleistungsbranche betreffend Anfragen von Neukunden
- Ermittlung von Benchmarks der größten Marktteilnehmer

Zeitraum der Tests: April-Oktober 2016 / Mo-Fr 8 bis 18 Uhr

Methode: Testcalls / E-mails / Besuche anhand vordefinierter Fallbeispiele

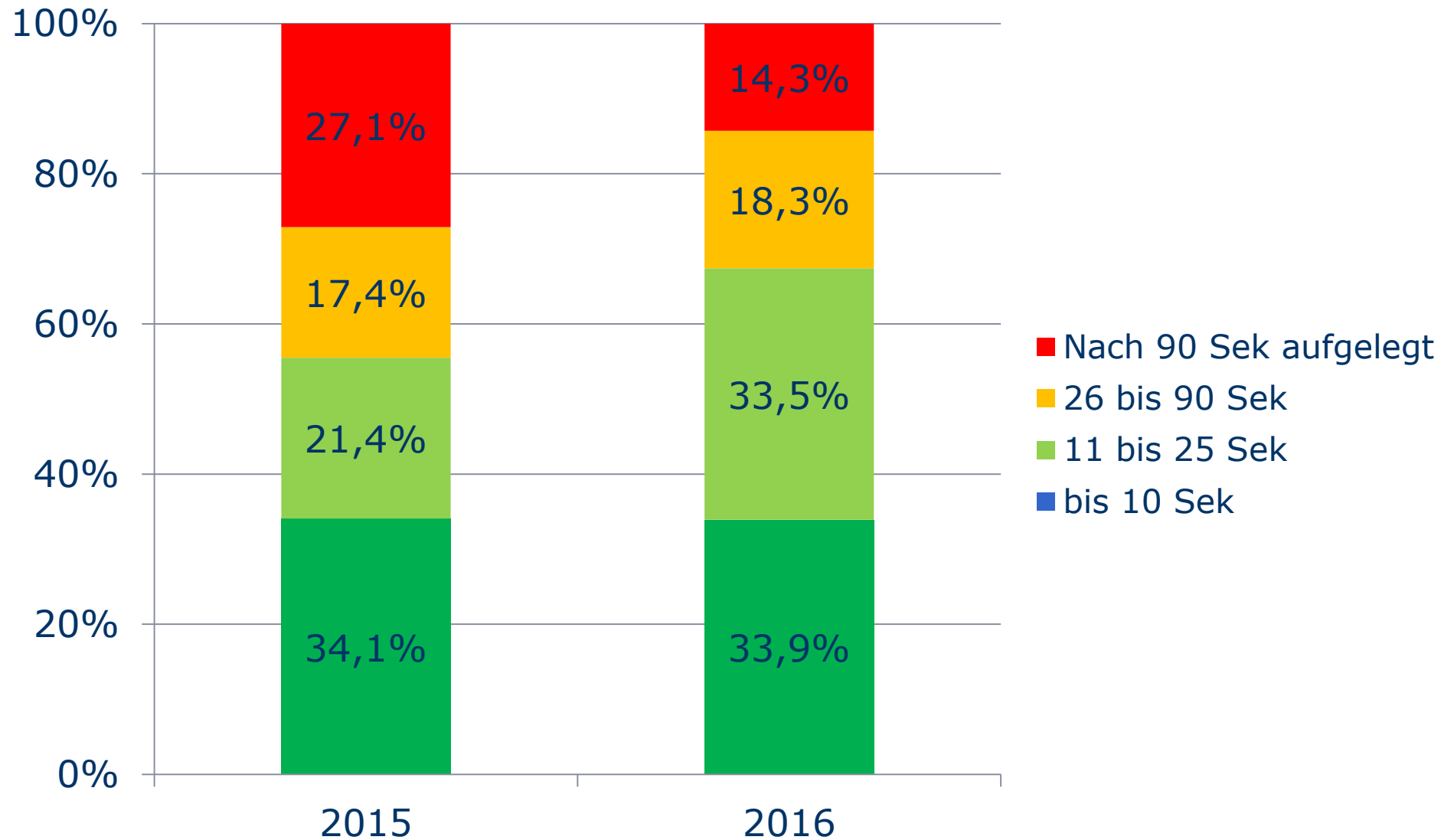
Anzahl der Tests:

Getestet wurden die sieben größten Versicherungen (Allianz, Donau, Generali, UNIQA, Wr. Städtische, Wüstenrot und Zürich). Pro Institut wurden jeweils 32 Test-Calls, 30 E-Mails und 10 Testbesuche getätigt .

	Calls	Mails	Shops
Allianz	32	30	10
Donau	32	30	10
Generali	32	30	10
UNIQA	32	30	10
Wüstenrot	32	30	10
Wr. Städtische	32	30	10
Zürich	32	30	10

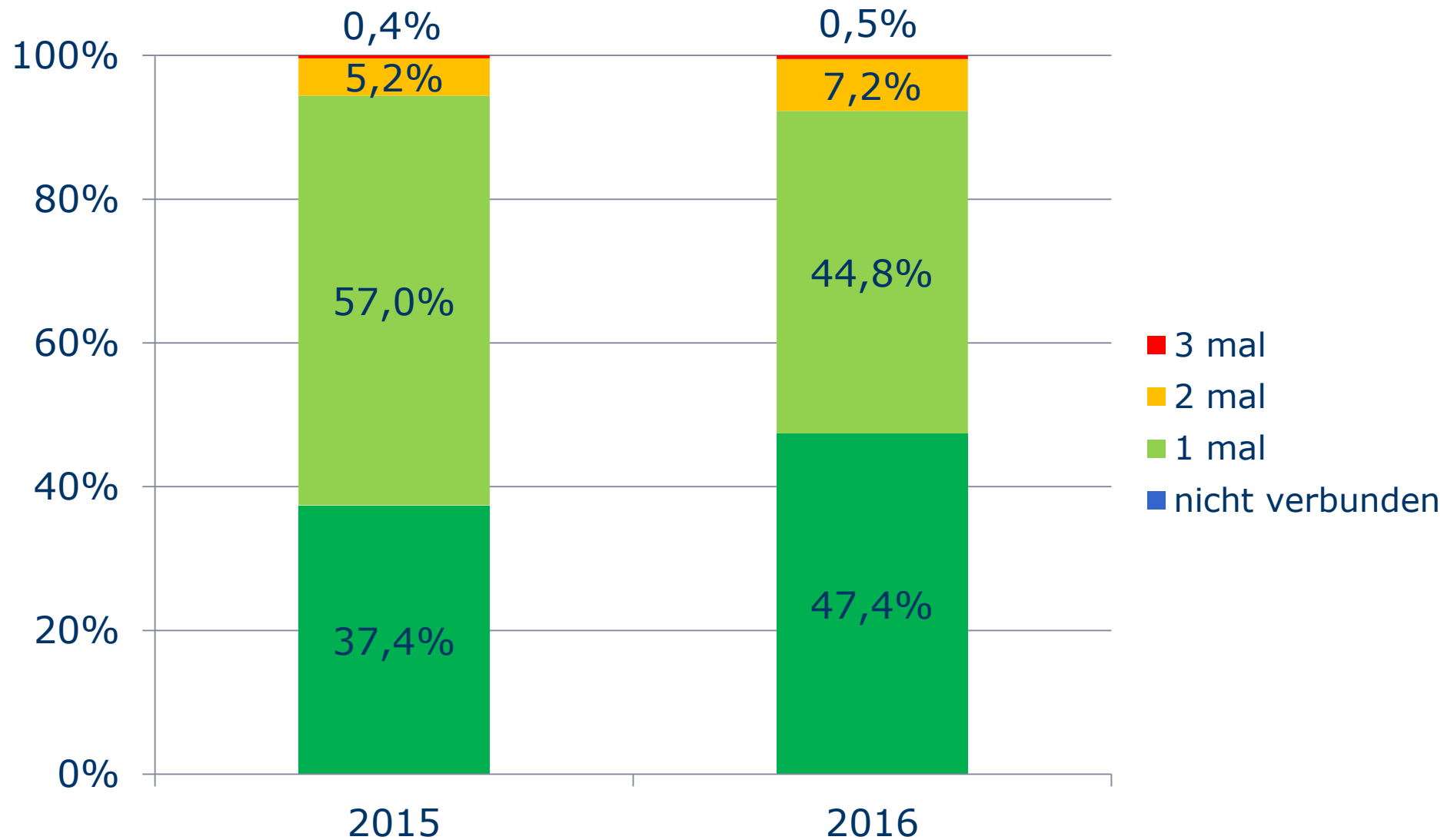
Marktforschung
Seminare
Telefonmarketing

Zeit bis zum Abheben (in Sekunden)



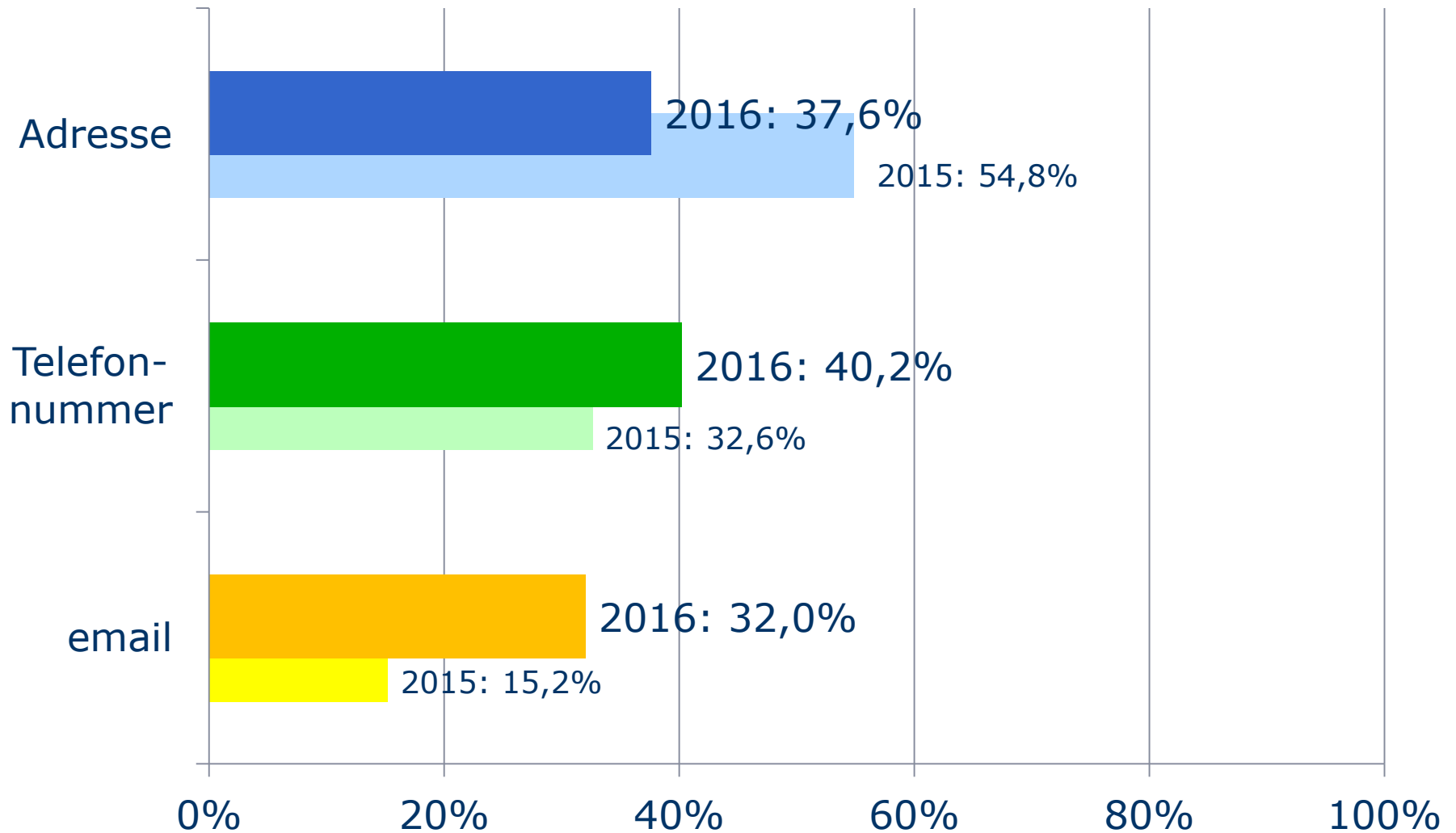
Weiterverbinden Telefon

Wie oft wurde weiterverbunden?

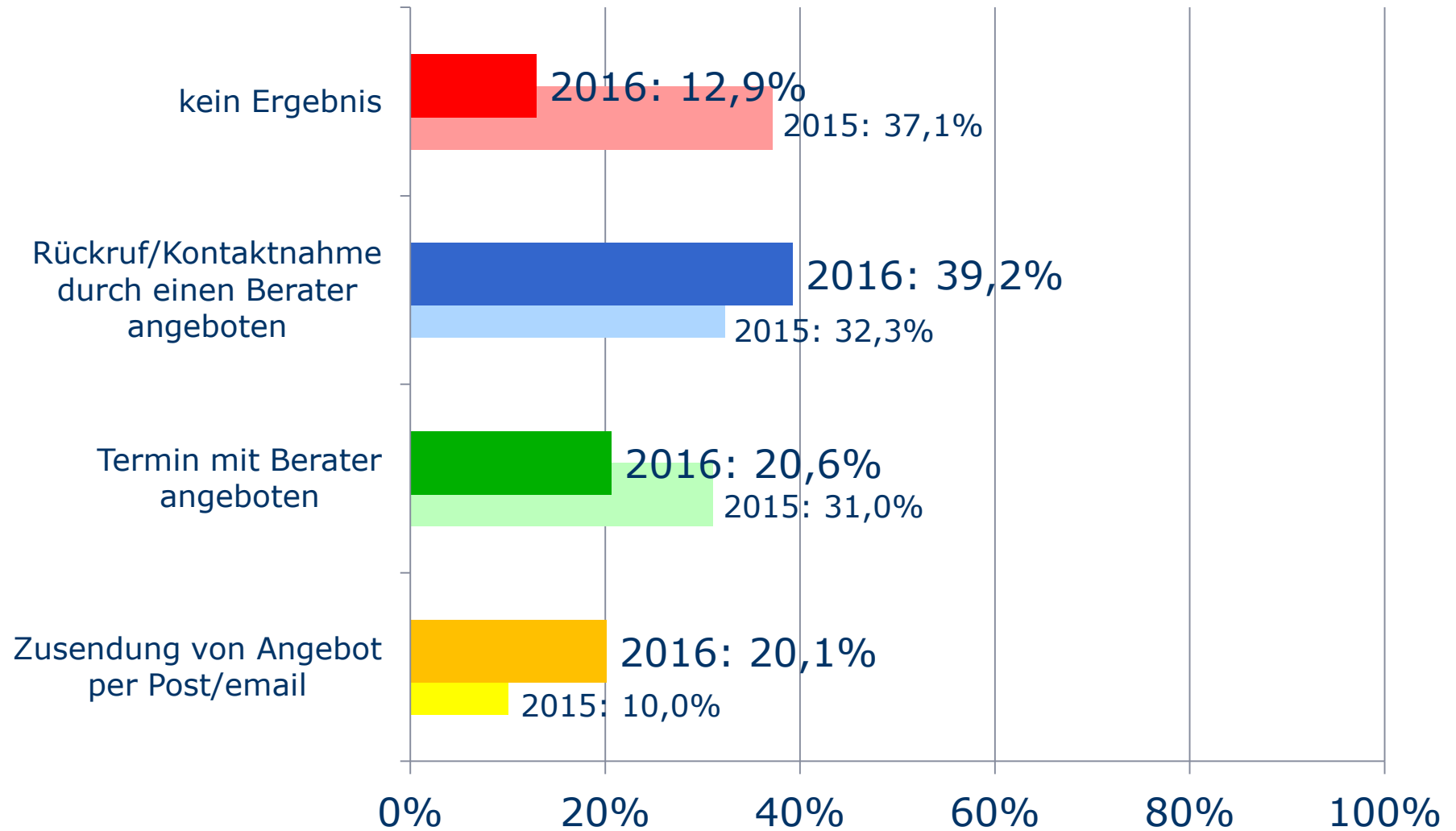


Neukudentest Versicherungen 2016

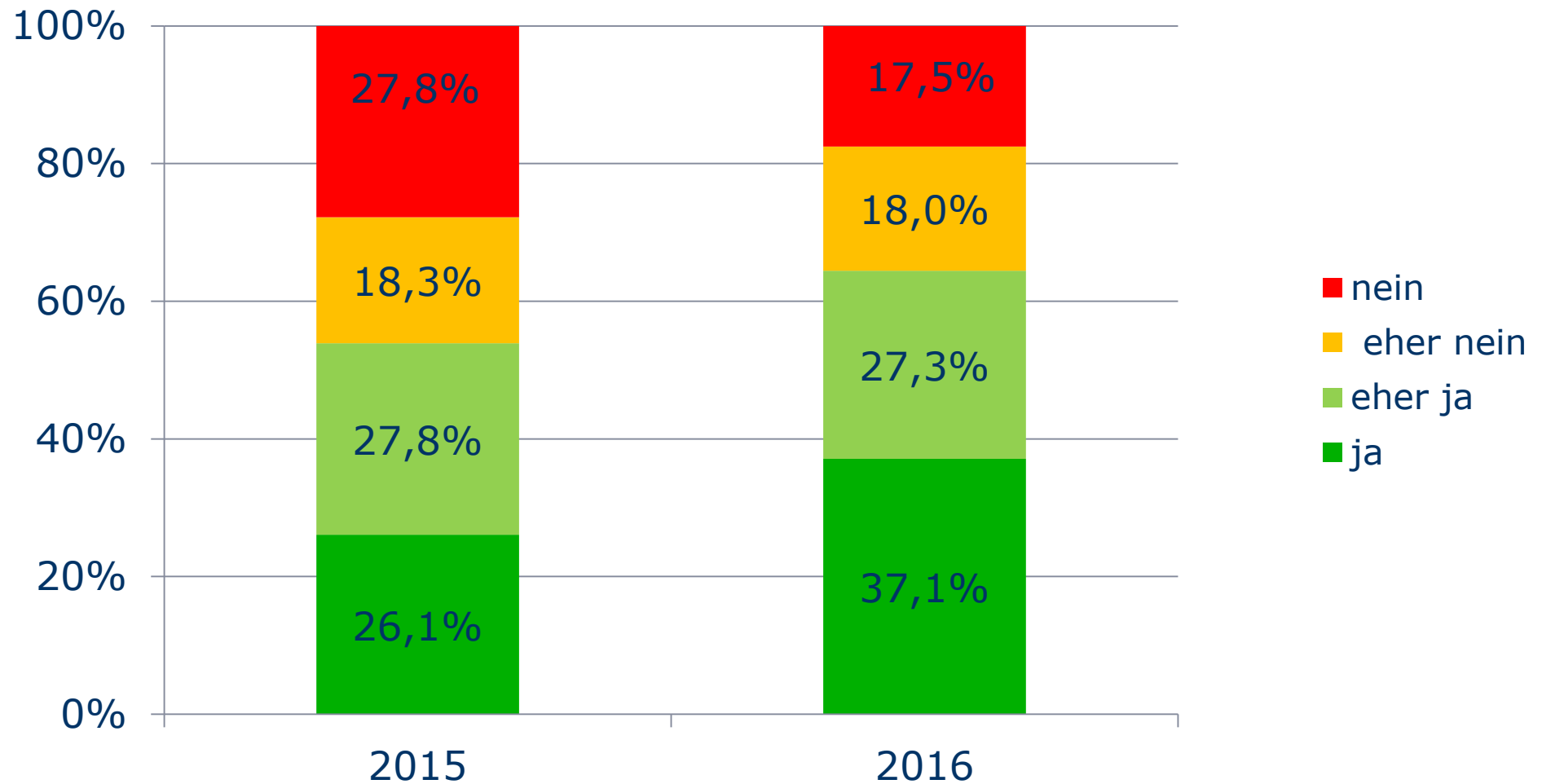
Welche Kontaktdaten wurden erfragt?



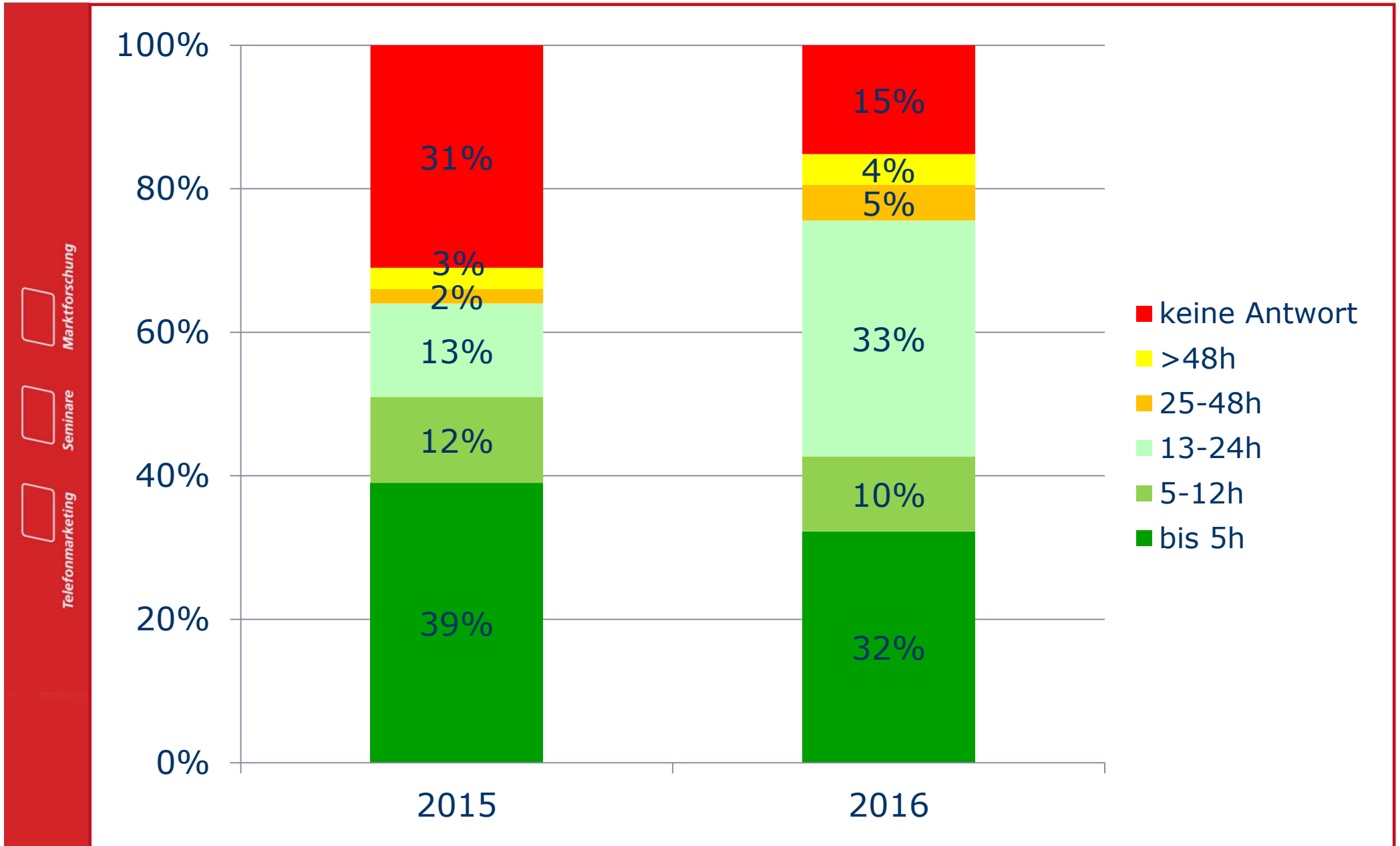
Wie ist man verblieben?



Würden Sie nach dem Gespräch den Kontakt weiterverfolgen?

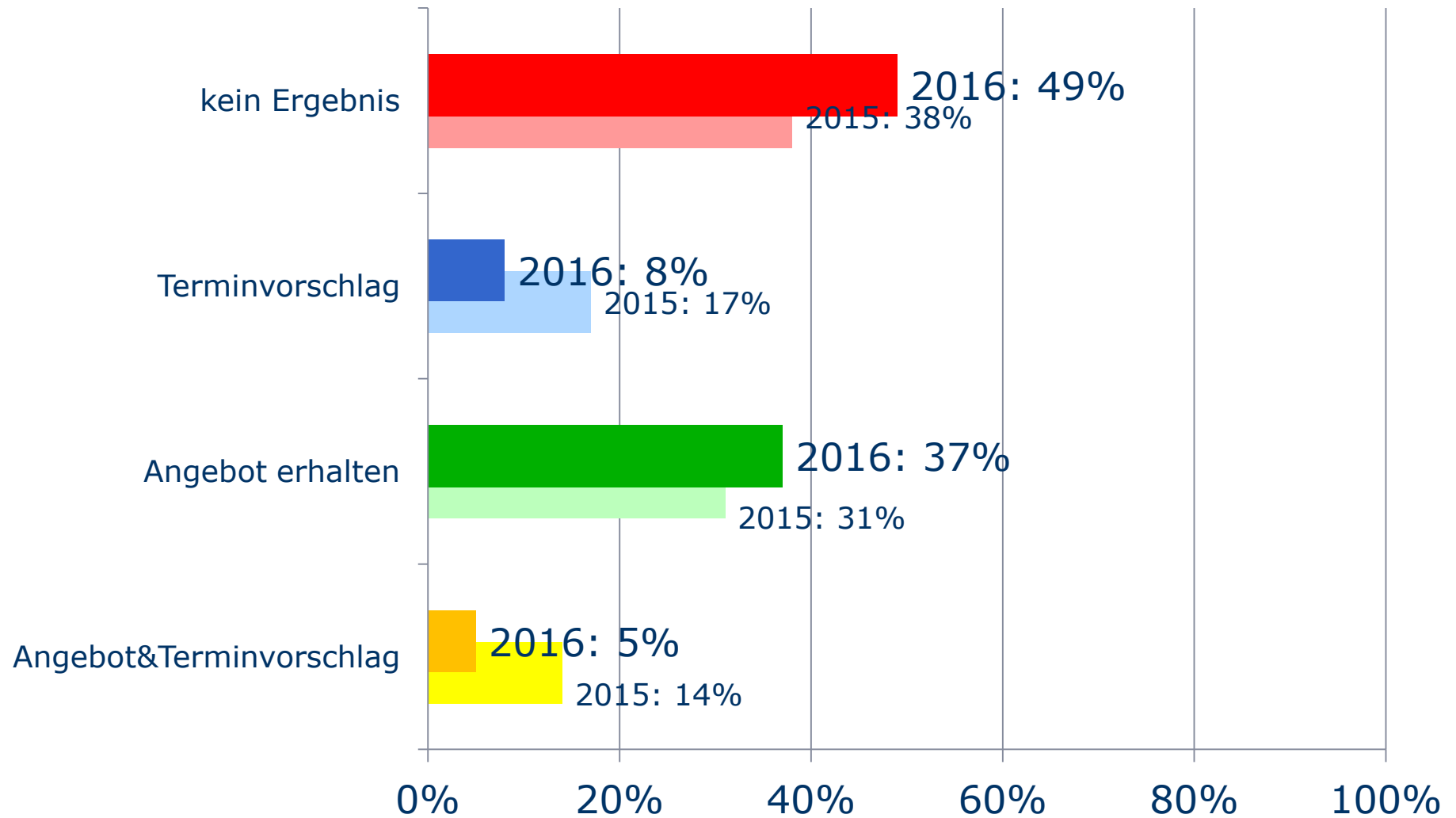


Antwortdauer email



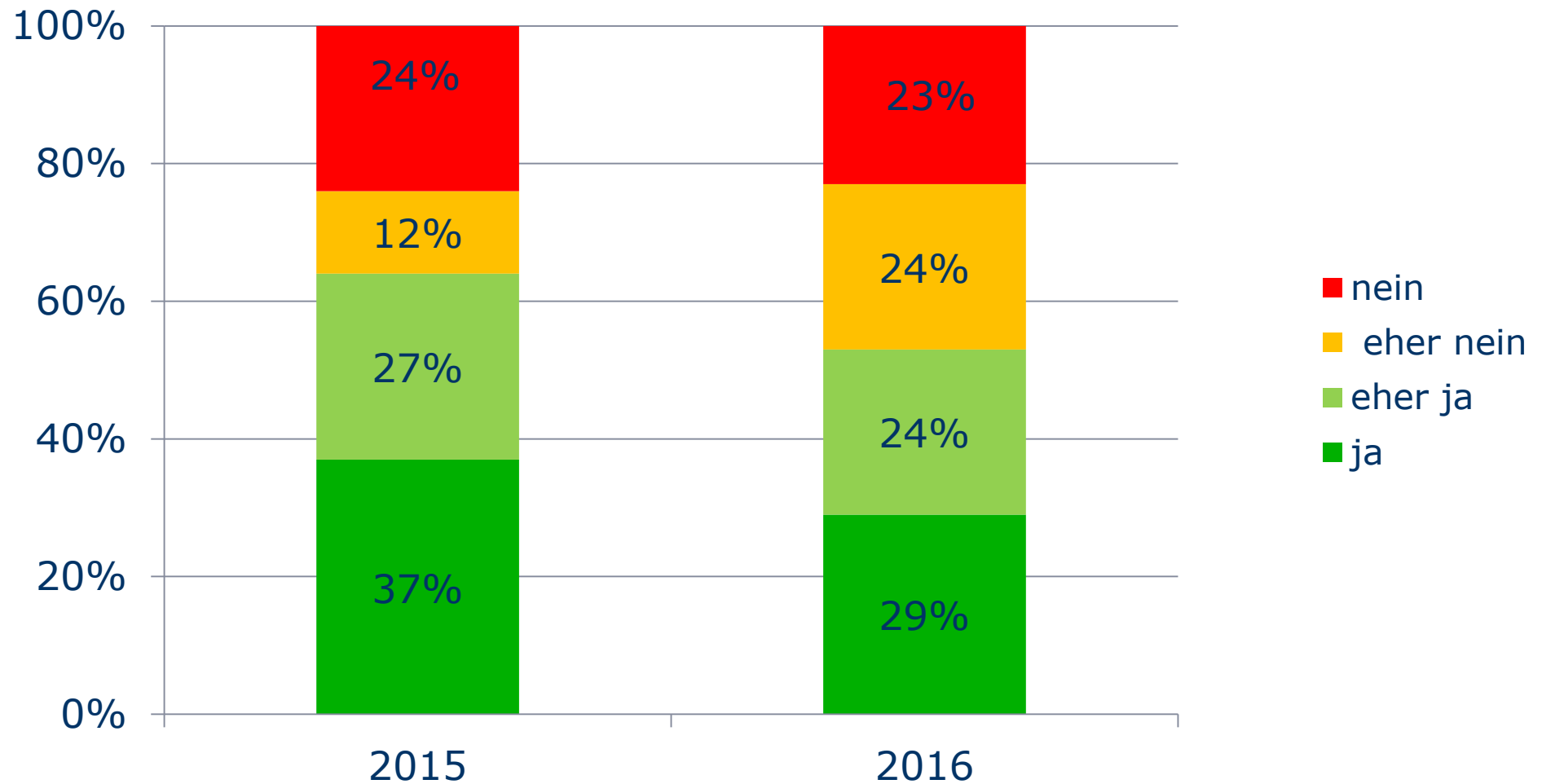
Neukudentest Versicherungen 2016

Wie ist man im email verblieben?

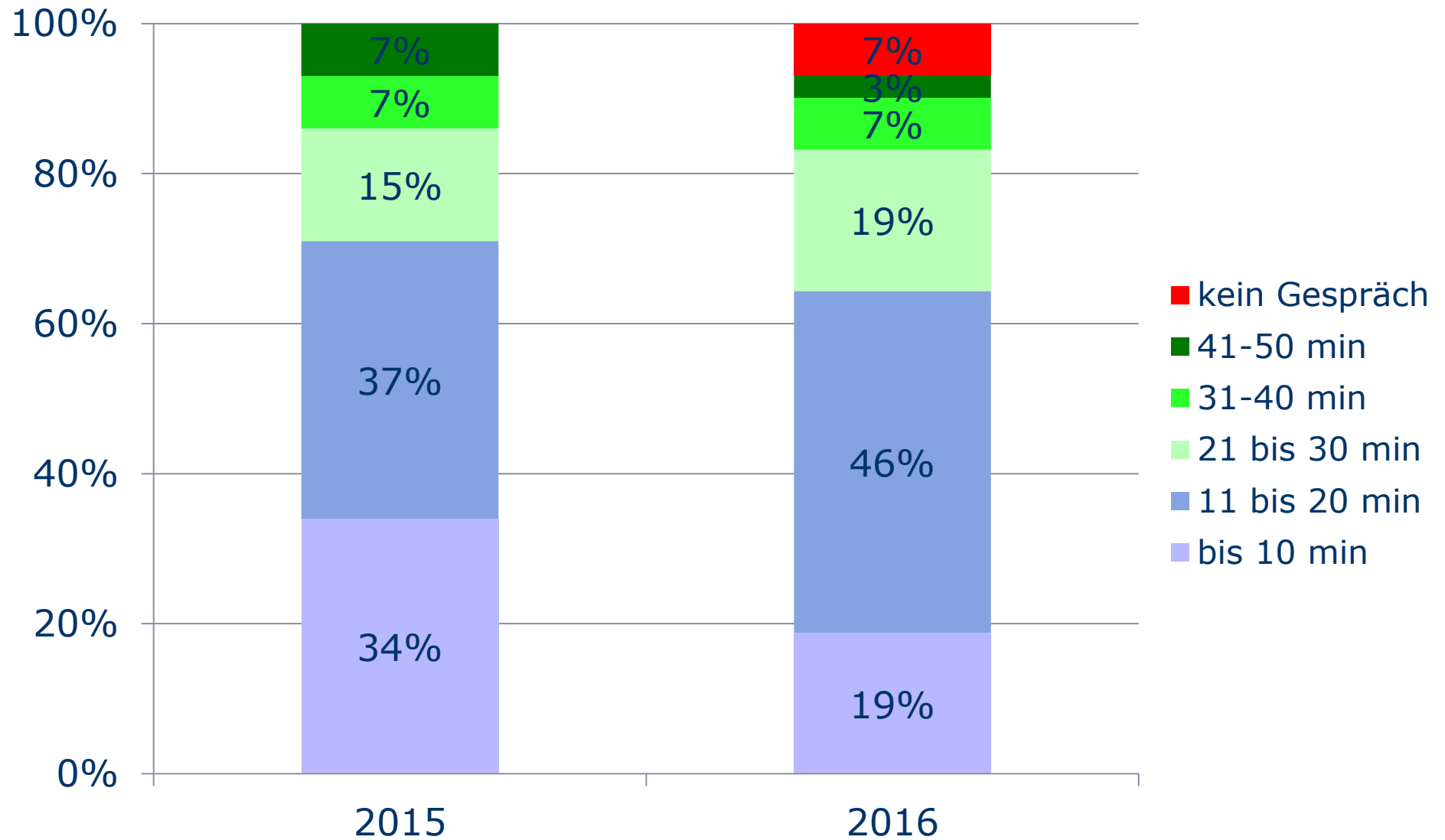


Marktforschung
Seminare
Telefonmarketing

Würden Sie nach dem email den Kontakt weiterverfolgen?

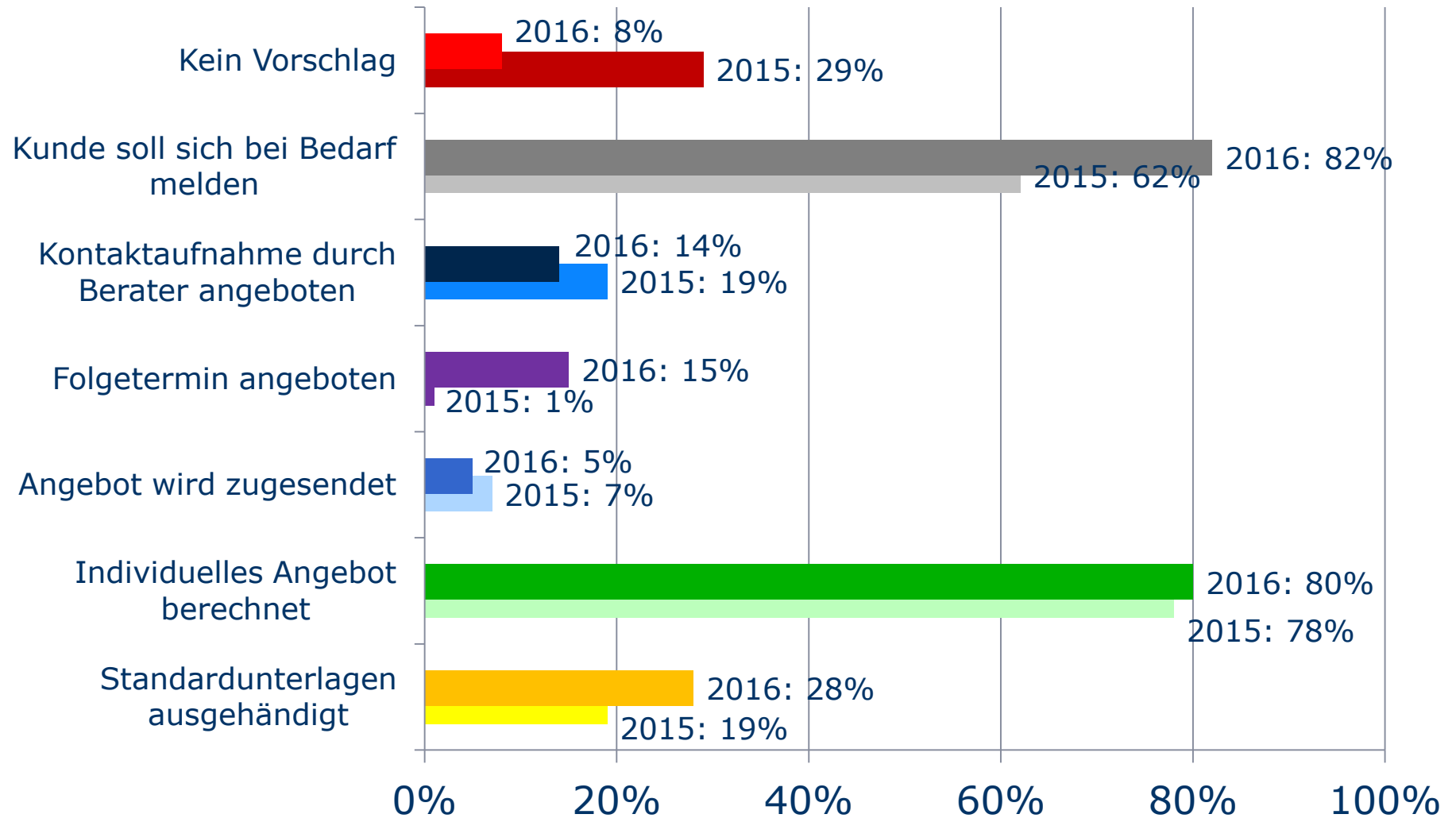


Dauer des Beratungsgespräches (in Minuten)



Telefonmarketing
Seminare
Marktforschung

Wie ist man nach dem Gespräch verblieben? (Mehrfachnennung)



Marktforschung
Seminare
Telefonmarketing

Würden Sie nach dem Gespräch den Kontakt weiterverfolgen?

