



Zahnzusatz: Versicherer setzen auf Social Media

In der „Marketing-Mix-Analyse Zahnzusatzversicherung 2020“ hat research tools zehn Versicherer analysiert. Die markantesten Unterschiede der jeweiligen Marketingperformances treten im Bereich der Kommunikation hervor.

Analysiert wurden die vier Marketing-Ps Product, Price, Place, Promotion.

Die Anbieter halten durchschnittlich 4,1 Versicherungsprodukte für Zahnzusatz in ihrem Portfolio. Bei den untersuchten Zahnzusatzversicherungen reicht die Begrenzung der Deckungssummen für Zahnersatz im ersten Jahr von 250 bis 1.500 Euro.

Zehn Nutzerprofile machen die monatlichen Beiträge vergleichbar und es zeigt sich, dass kein Anbieter eine stringente Niedrig- beziehungsweise Hochpreispolitik fährt: Sieben Versicherer präsentieren sich in mindestens einem Profil als günstigster Anbieter. Die jeweils teuersten Beiträge verteilen sich ebenfalls auf sieben Anbieter.

Beliebte Kommunikationsmittel

Social Media – und hier vor allem Facebook – zählt zum beliebtesten Kommunikationsmittel. Alle Anbieter sind zwar in den Social Media präsent, dennoch treten deutliche Unterschiede hinsichtlich der einzelnen Performances hervor.

Zwischen einem und 39 relevante Beiträge in Facebook, Instagram, Twitter oder YouTube wurden innerhalb von zwölf Monaten eingestellt. Ergo und HanseMercur posten

die meisten Beiträge in Facebook, Maxcare ist verstärkt auf Instagram aktiv.

Produktdetails über Flyer oder Prospekte kommunizieren sieben Anbieter.

Ebenso viele setzen auf mediale Kommunikation, wobei ein beträchtlicher Teil der beachtlichen 100 Millionen Euro an Werbeausgaben in TV-Spots von Ergo und Maxcare fließt.

Um ihre Suchmaschinenpräsenz zu verbessern setzen sechs Anbieter auf Paid Search. Denn über die organische Suche schaffen es nur wenige Versicherer auf die erste Ergebnisseite.

Im Bereich PR veröffentlichen lediglich vier der zehn Versicherer Pressemitteilungen zum Thema. Dies steht im Kontrast zum Medieninteresse, das mit insgesamt 228 Pressemeldungen innerhalb eines Jahres in Bezug auf die analysierten Versicherer durchaus gegeben ist.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4919138/zahnezusatz-versicherer-setzen-auf-social-media/>