



HEUTE UND MORGEN

MARKTFORSCHUNG ▶ BERATUNG

Erfolgreiche Facebook-Strategien für gesetzliche Krankenversicherer

HEUTE UND MORGEN GKV-Trendstudie – August 2015

in Kooperation mit:



Studieninhalte: Antworten auf erfolgsrelevante Fragen für Ihre Facebook-Strategie

Facebook-Auftritte stellen in vielen Branchen bereits einen wichtigen Teil der Unternehmenskommunikation dar. Auch in der Kassenlandschaft wird aktuell heiß diskutiert, wie man sich das riesige Potenzial von sozialen Netzwerken zu Nutze machen kann – Fragen Sie sich auch, wie groß das Kundenpotenzial ist, dass Sie als gesetzliche Krankenkasse über Facebook erreichen und wie Sie dieses Potenzial maximal ausschöpfen können?

Wir liefern Ihnen mit dieser Studie die Antworten auf die erfolgsrelevanten Fragestellungen für Ihre Facebook-Strategien:

- ▶ **Passung von Kasse und Facebook:** Finden Mitglieder gut, dass Kassen auf Facebook aktiv sind? Hat man schon selbst nach seiner Kasse gesucht? Ist man bereits Facebook-Fan von einer Kasse? Und wenn ja, warum?
- ▶ **Content und Postings:** Welche konkreten Inhalte werden gewünscht? Worüber möchten die Facebook-User von Kassen informiert werden? Was würden sie liken? Bevorzugen Nutzer automatisch startende Videos im Newsfeed oder nerven diese nur? Welche Relevanz haben Gewinnspiele? Welche Preise sind gewünscht? Wie finden Nutzer die Veranstaltungseinladungen von GKV's auf Facebook?
Welche Kriterien zeichnen ein erfolgreiches Posting bei Krankenkassen aus (Sprache, Bilder, Inhalte, Videos, Verlinkung)? Wie stehen Facebook-Nutzer zu Sponsored Postings? Möchten User lieber geduzt oder gesiezt werden?
- ▶ **Titelbild:** Welche Titelbilder von Kassen wirken auf Fanseiten sympathisch? Womit weckt man als Kasse Aufmerksamkeit?
Test von insgesamt 20 aktuellen Krankenkassen-Titelbildern!
- ▶ **Testung von vielen aktuellen Postings:** Welche bisherigen Facebook-Postings von gesetzlichen Kassen kommen gut an? Was sind Best Practice-Beispiele? Welche Postings würden User liken? **Insgesamt 25 aktuelle GKV-Postings unterschiedlichen Inhalts wurden detailliert evaluiert**
- ▶ **Best Practice-Beispiele von Kassen:** Neben direkten Kundenurteilen aus der Repräsentativbefragung von Facebooknutzern zeigen wir Ihnen die Entwicklungen von Fanzahlen einzelner Kassen und Best Practice-Beispiele einzelner Posting-Strategien auf, die aus einer Langzeitstudie unseres Kooperationspartners und Social Web-Beraters „As im Ärmel“ stammen.

Wir liefern hilfreichen Input für Ihren Facebook-Auftritt!



Die Studie «**Erfolgreiche Facebook-Strategien für gesetzliche Krankenversicherer**» ist konsequent darauf ausgerichtet, konkrete Empfehlungen für die Facebook-Strategie von Krankenkassen herauszuarbeiten. Die Ergebnisse zeigen nicht nur Potenziale auf, sondern unterstützen Sie auch in der konkreten Umsetzung von Facebook-Seiten!



Insgesamt werden **1.500 Facebook-Nutzer** befragt. Zur Ableitung von Zielgruppenpotenzialen und zielgruppengerechten Facebook-Auftritten wird die Stichprobe nach Alter und Geschlecht Facebook-repräsentativ quotiert. Es werden Facebook-Nutzer zwischen 18 und 60 Jahren befragt.



Die Studie **verknüpft harte Kennziffern** – wie z.B. die Entwicklung der Fan-Zahlen einzelner gesetzlicher Krankenversicherer aus einer Facebook-Langzeitstudie unseres Kooperationspartners und Social Web-Beraters AS IM ÄRMEL – **mit Kundenurteilen** zu diversen Postings und Fanseiten aus einer Repräsentativbefragung.



Ergebnis-Reporting

Ergebnisdarstellung

- ▶ Sie erhalten einen ausführlichen, übersichtlichen PPT-Chart-Bericht als PDF inkl. **Management-Summary** (ca. 140 Seiten).
- ▶ Der Ergebnisbericht enthält zahlreiche konkrete **Empfehlungen** für die Facebook-Strategie von Krankenkassen und die Umsetzung von Fanseiten und Postings.

Status Quo

- ▶ Wie sieht die aktuelle Nutzung von Facebook-Seiten von Krankenkassen aus?
- ▶ Wie viele User sind bereits Fan einer Kasse? Wer ist besonders affin?



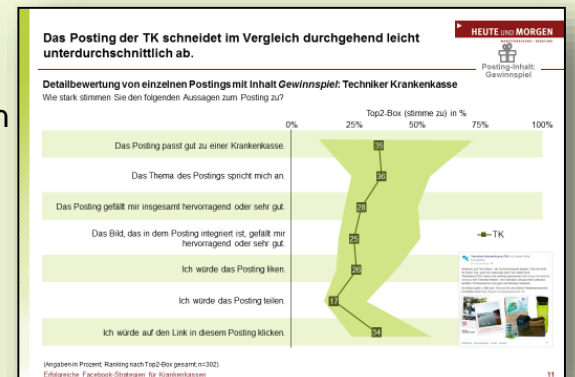
Anforderungen an GKV-Facebook-Seiten

- ▶ Welche konkreten Inhalte wünschen sich Nutzer auf Facebook-Seiten von Krankenkassen und wie sollten die Inhalte gestaltet sein?

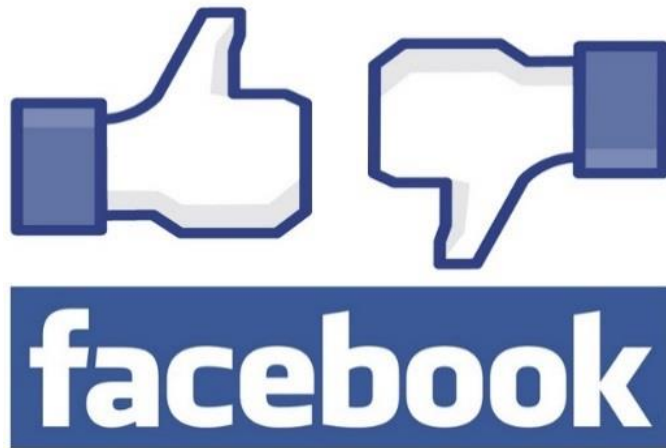


Benchmarking von 25 Einzelpostings

- ▶ Welche bisherigen Facebook-Postings von gesetzlichen Kassen kommen gut an? Was sind Best Practice Beispiele? Welche Postings würde der User liken bzw. teilen?

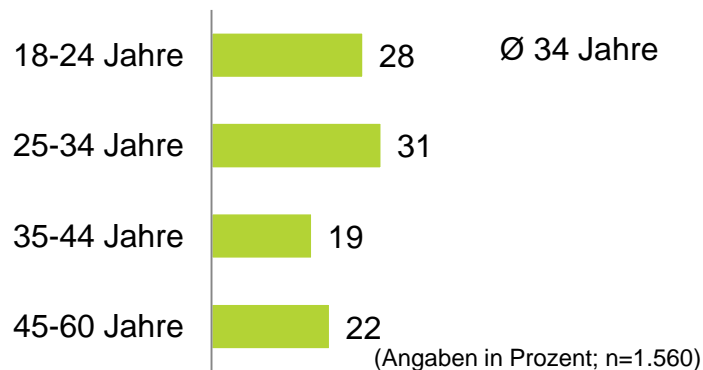


Studiendesign: Repräsentativbefragung von gesetzlich krankenversicherten Facebooknutzern

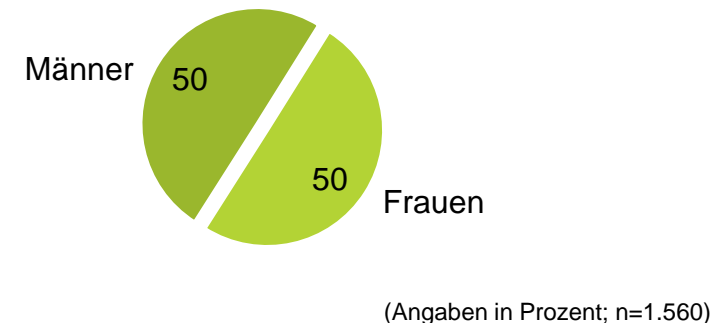


- ▶ Es wurden insgesamt **1.560 gesetzlich krankenversicherte Facebooknutzer** befragt (von 18 bis 60 Jahren).
- ▶ Die Befragung wurde im Rahmen einer **Onlinebefragung über ein Verbraucherpanel** durchgeführt.
- ▶ Die Befragung dauerte **durchschnittlich 17 Minuten** und wurde im **Juli 2015** durchgeführt.
- ▶ Die Stichprobe entspricht hinsichtlich Alters- und Geschlechterverteilung der **tatsächlichen Verteilung der Facebooknutzer**. Daher sind jüngere Befragte in der Stichprobe auch deutlich stärker vertreten als in der Gesamtbevölkerung.

Altersverteilung



Geschlecht



Bestell-Fax für die Studie an: 0221 - 995005 29

► Bestellung

Hiermit bestellen wir verbindlich die Studie:

- „Erfolgreiche Facebook-Strategien für gesetzliche Krankenversicherer“ (PDF, ca. 140 Seiten) zum Preis von 1.900 € zzgl. MwSt.

Kontakt für Rückfragen

Tanja Höllger; tanja.hoellger@heuteundmorgen.de; +49 (0)221 995005-12

Silke Steinkamp; silke.steinkamp@heuteundmorgen.de; +49 (0)221 995005-22

► Empfänger und Rechnungsadresse

Name, Vorname:

Firma, Abteilung:

Straße:

PLZ, Ort:


Telefon:

E-Mail-Adresse
zur Versendung:

Ort, Datum, Unterschrift

Kurzprofil: HEUTE UND MORGEN

Kurzprofil

- ▶ Unabhängiges Full-Service-Marktforschungsinstitut
- ▶ Sitz im Herzen von Köln
- ▶ Mitgliedschaft beim 
- ▶ Zertifizierter Datenschutz über externen, TÜV-zertifizierten Datenschutzbeauftragten
- ▶ Partner und Lehraufträge an der



Unsere Grundsätze

HEUTE UND MORGEN steht für

- ▶ unseren Anspruch, über das Heute hinaus zu denken und unsere Kunden durch intelligente Marktforschung und strategische Beratung bestmöglich auf die Zukunft vorzubereiten
- ▶ und unsere Kunden dabei langfristig zu begleiten.
- ▶ Wir liefern unseren Kunden das Wissen, das sie benötigen, um die richtigen Entscheidungen für die Zukunft zu treffen.

Methoden & Forschungsbereiche

- ▶ Quantitative und qualitative Marktforschung
- ▶ Sämtliche Befragungsmethoden
 - ▶ Quantitativ: Online-, CATI-, schriftliche und persönliche Befragungen
 - ▶ Qualitativ: qualitative Interviews (telefonisch und persönlich), Gruppendiskussionen, Kreativ-Workshops
- ▶ Marktforschungslösungen für alle marktrelevanten Fragestellungen:
 - ▶ Beziehungsmanagement (Kunden-, Vertriebspartner- und Mitarbeiterbefragungen)
 - ▶ Marken- und Kommunikationsforschung
 - ▶ Markt- und Zielgruppenanalysen
 - ▶ Produkt- und Preisforschung (Produkttests, Conjoint-Analysen, Marktpotenzialanalysen)

Referenzen (Auszug FDL)



Kurzprofil: As im Ärmel

Über As im Ärmel

- ▶ Im April 2012 als Wissensdienstleister und Berater der deutschsprachigen Versicherungsbranche im Social Web gegründet, ist „As im Ärmel“ mittlerweile zu einem Beratungsinstitut für die strategische Markenpositionierung und -kommunikation in den neuen Medien geworden.
- ▶ Als erstes Institut vereinen wir die langjährige Erfahrung im Onlinemarketing von Versicherungen mit einem medienwissenschaftlichen Fokus auf die Möglichkeiten und Anforderungen der neuen Medien.
- ▶ Wir bieten fundiertes Wissen darüber, wie Kommunikation in den neuen Medien funktioniert, wie man Vertrauen in den jeweiligen Kanälen aufbaut und wie Versicherungen ihre Marke im sogenannten Social Web zielgerichtet positionieren.



Leistungen

- ▶ **Content Kompass**
Mit diesem von uns entwickelten Instrument helfen wir Versicherern eine inhaltliche Corporate Identity zu definieren, um in der neuen Medienlandschaft, kanalübergreifend, als eine Marke, mit einer Stimme zu kommunizieren.
- ▶ **Continuity Management**
Makler, Mitarbeiter, Vermittler oder andere Multiplikatoren, immer mehr Menschen sprechen offiziell im Namen einer Versicherung. Als Buchhalter der Marke sorgen wir dafür, auf allen Plattformen, in allen Kanälen, auf allen Profilen ein kontinuierliches Markenbild entsteht und Versicherer die Kontrolle über ihre Marke zurück erhalten.
- ▶ **Antworten zur Assekuranz in den neuen Medien**
Von Wettbewerberanalysen, über Kommunikationstests bis hin zu individuellen Studien, als Wissensdienstleister finden wir fundierte Antworten zu allen Fragen rund um die Thematik „Assekuranz und neue Medien“.
- ▶ **Seminare / Workshops / Vorträge**
Eine Schulung für Azubis, ein Fortgeschrittenen-Workshop für die Marketingabteilung oder ein Vortrag vor Vorständen, um das #Neuland richtig einschätzen zu können? Wir bieten Ihnen Veranstaltungen, die Mitarbeiter und Marketing zielgerichtet für die Anforderungen der Assekuranz in neuen Medien fit machen.