+++ Boehringer Ingelheim +++ Dr. Kade +++ Dr. Schwabe +++ Hexal +++ Homviora +++ Klinge +++ Klosterfra u +++ Queisser +++ Robugen +++ Strathmann +++ Boehringer Ingelheim +++ Dr. Kade +++ Dr. Schwabe +++



# Marketing-Mix-Analyse Medikamente Herz, Kreislauf und Gefäße OTC 2016

erarbeitet von: research tools, Esslingen am Neckar

November 2016





#### Ausgewählte Ergebnisse:

- Die berücksichtigten Anbieter von rezeptfreien Arzneimitteln für Herz, Kreislauf und Gefäße verfügen über ein Portfolio zwischen zwei und 13 unterschiedlichen Produkten.
- Ein Anbieter setzt stärker auf niedrige Einstiegspreise. Drei der Anbieter profilieren sich mit einer großen Preisspanne.
- In 25 untersuchten Onlineapotheken hebt sich ein Anbieter durch eine besonders große Zahl an ersten Plätzen von den Mitbewerbern ab. Zwei Anbieter sind in Onlineapotheken nur sehr selten gelistet.
- Die Qualität des Kundendienstes offenbart bei Telefonanfragen mit durchschnittlich 92 Prozent eine sehr gute Antwortqualität. Bei per Mail eingereichten Fragen liegt die Qualität mit 69 Prozent deutlich darunter. Zwei Anbieter erreichen durchgehend Bestwerte.
- Innerhalb eines Jahres haben die zehn analysierten Pharmaunternehmen über 14 Millionen Euro für klassische mediale Werbung aufgewendet. Drei Viertel der Investitionen entfallen auf drei Anbieter.
- Sieben Pharmaunternehmen unterhalten Profile auf Social Media Kanälen. Nur zwei Anbieter nutzten Facebook oder YouTube für relevante Postings.



#### Wichtigste USPs:

Kern der Analyse ist das **Marketingverhalten** der zehn Anbieter

Analyseinhalte: Product, Price, Place, Promotion

ganzheitliche Wettbewerbsanalyse aus Anbietersicht

alle Information auf 310 PowerPoint-Seiten

als PDF- und PPt-Datei kurzfristig verfügbar

Die Studie ist objektiv, unabhängig und neutral

**Nutzen**: Basis für klare Positionierung und adäquate Reaktion auf Marketingmaßnahmen der Wettbewerber

Zehn Anbieter von Medikamenten für Herz, Kreislauf und Gefäße OTC:

- Boehringer Ingelheim
- Dr. Kade
- Dr. Schwabe
- Hexal
- Homviora
- Klinge
- Klosterfrau
- Queisser
- Robugen
- Strathmann



Detaillierte Analyse des Marketingverhaltens von zehn ausgewählten Anbietern von Medikamenten für Herz, Kreislauf und Gefäße OTC



#### **Produkt**

- Portfolio
- Zielgruppen
- Wirkstoffe
- Anwendungsbereiche
- Darreichungsformen
- Dosierungen
- Packungsgrößen
- Auszeichnungen

• ...



### Konditionen

- Preise auf der eigenen Website, bei Amazon, Idealo und zurrose.de
- Preisspannen
- Medianpreise
- Rangplätze
- Hotline-Gebühren

• ..



#### **Distribution**

- Vertriebskanäle
- Vertriebspartner
- Hotline
- Websitefeatures
- Kontaktwege
- Präsenz in Vergleichsportalen
- Mystery Calls / Mails

• ..



## Kommunikation

- Kundenmedien
- Werbespendings
- Präsenz in Suchmaschinen
- Präsenz in Social Media
- Pressemitteilungen
- USP- / Motivanalyse
- **-** ...





Stärken- / Schwächenanalyse

Marketingranking

Marketing-Positionierung

#### Analysen:

- Produktportfolio-Vergleich
- Vergleichsanalyse der Medikamente für Herz, Kreislauf und Gefäße
- Preise und Preisspannen im Vergleich
- Positionierung in Vergleichsportalen und Suchmaschinen
- Auswertung von Telefonanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Auswertung von Onlineanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Werbeausgaben / Motive in Internet, Print, Radio, TV
- Präsenz in Social Media (Facebook, Google+, Twitter, YouTube)
- Analyse von Konsistenz und Alleinstellung bei Vorteilsargumenten und Werbemotiven
- Marketing-Mix-Ranking auf Basis aller erfassten Marketingmaßnahmen
- statistische Analyse der Marketing-Positionierung

Die 310 Seiten umfassende Studie kostet 3.600 EUR zuzüglich MwSt.

#### Die Studie in Zahlen:

- 62 im Detail analysierte Medikamente für Herz/Kreislauf/Gefäße
- Kostenanalyse für 62 Arzneimittel
- 10 analysierteVergleichsportale25 Online-Apotheken
- 50 Mystery Calls,50 Mystery Mails
- Werbeausgaben und Werbemotive in 5 Mediengattungen
- 4 Social Media Kanäle

### Forschungsdesign:

Die Studie basiert auf Marktinformationen aus eigenen Erhebungen, Online-Datenbanken, Mystery Research und verschiedensten Sekundärquellen. Hier sind insbesondere die kostenpflichtigen Daten von **AdVision digital** (Werbespendings, Werbemotive) zu nennen. Die Studie ist im November 2016 erschienen.



Management Summary					
Forschungsdesign	12				
➢ Produkt	15				
<ul><li>Produktportfolio</li></ul>	19				
Anzahl Produkte, Zielgruppen, Marken, Produktnamen, Abbildungen der Verpackungen					
<ul><li>Wirkstoffe</li></ul>	29				
D-Campher, Hamamelis, Weißdorn, Sonstige					
<ul> <li>Anwendungsbereiche</li> </ul>	36				
Herz, Herz-Kreislauf, Venen, Hämorrhoiden, Sonstige					
<ul><li>Darreichungsformen</li></ul>	38				
Tabletten/Dragees, Lösung/Tropfen, Salbe/Gel, Zäpfchen, Kapseln, Sonstige					
<ul><li>Dosierungsmengen</li></ul>	41				
<ul><li>Packungsgrößen</li></ul>	46				
<ul><li>Alleinstellungsmerkmale</li></ul>	51				
Konditionen	53				
<ul><li>Produktpreise Herstellerwebsite</li></ul>	58				
<ul><li>Produktpreise Amazon</li></ul>	61				
<ul><li>Produktpreise Idealo</li></ul>	64				



	<ul> <li>Produktpreise Online-Apotheke</li> </ul>	67
	<ul><li>Preisanalyse</li></ul>	70
	Rangplätze der Hersteller, Preisvergleich innerhalb der Produktgruppen, Ranking	
	<ul><li>Hotline-Gebühren</li></ul>	78
	<ul> <li>Alleinstellungsmerkmale</li> </ul>	79
$\triangleright$	Distribution	81
	<ul><li>Website</li></ul>	87
	Usability, Features	
	<ul> <li>Apps für mobile Endgeräte</li> </ul>	91
	<ul><li>Kontaktmöglichkeiten</li></ul>	94
	<ul><li>Präsenz in Online-Apotheken</li></ul>	100
	Online-Apotheken, Listungen, Platzierungen, Scoring	
	<ul><li>Vergleichsportal-Marketing</li></ul>	105
	Vergleichsportale, Listungen, Platzierungen, Scoring	
	<ul> <li>Servicecenter-Performance Telefon</li> </ul>	109
	50 Mystery Calls zu Wartezeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
	<ul> <li>Servicecenter-Performance Online</li> </ul>	114
	50 Mystery Mails zu Reaktionszeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
	<ul> <li>Alleinstellungsmerkmale</li> </ul>	122



>	Kommunikation	124
	<ul><li>Website</li></ul>	133
	Slogans, Nutzenargumente	
	<ul><li>Flyer und Prospekte</li></ul>	143
	Formate, Inhalte, Motive	
	<ul><li>Kundenmedien</li></ul>	154
	Kundenmagazin, Newsletter	
	<ul><li>Werbung</li></ul>	155
	Werbeaufwendungen nach Mediengattungen, im Zeitverlauf, wichtige Werbemotive	
	<ul><li>Suchmaschinen-Marketing</li></ul>	176
	Platzierung von Suchtreffern und Suchanzeigen, Scoring	
	<ul><li>Social Media-Marketing</li></ul>	185
	Blog, Forum, Facebook, Google+, YouTube, Scoring	
	<ul><li>Public Relations</li></ul>	198
	Pressemitteilungen, Presseresonanz, Presseeffizienz	
	<ul><li>USP-Analyse</li></ul>	205
	Verwendete USPs nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
	<ul><li>Motivanalyse</li></ul>	230
	Verwendete Motive nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
	<ul> <li>Alleinstellungsmerkmale</li> </ul>	243



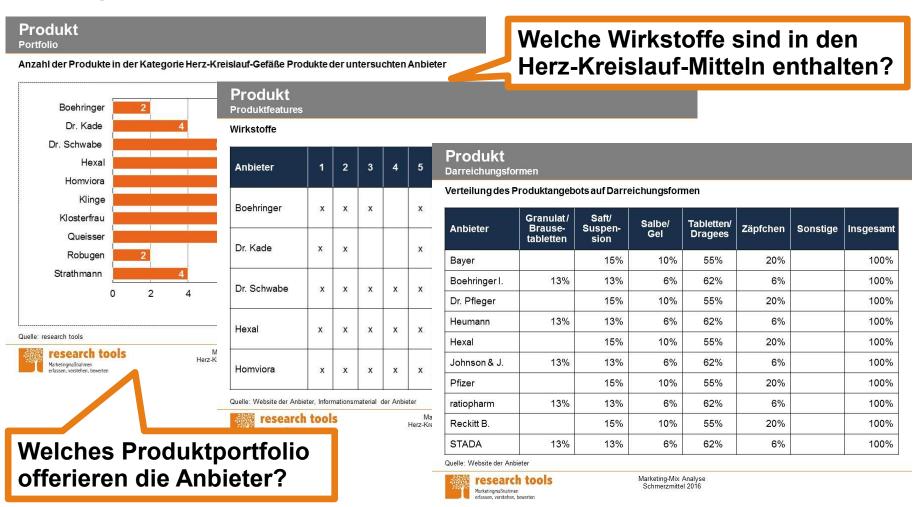
## Inhaltsverzeichnis





# Beispielseiten (1)

### Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



10

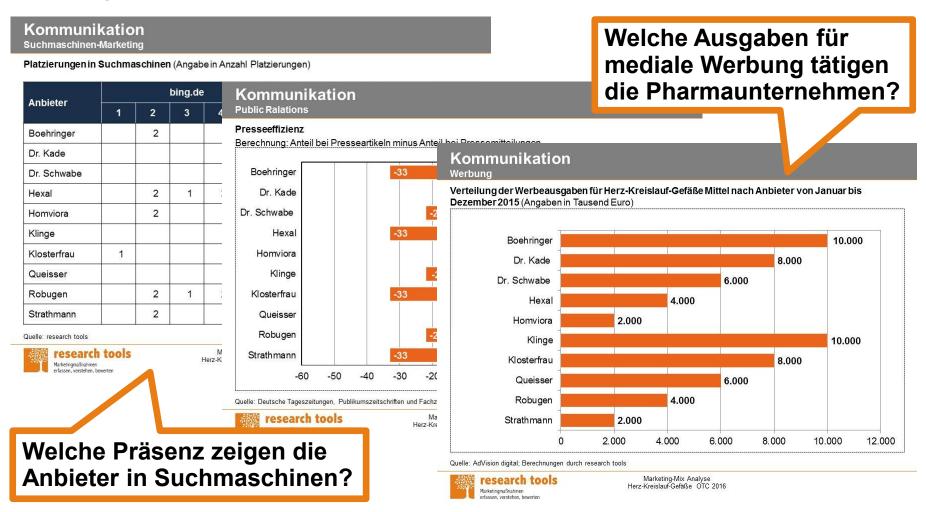
# Beispielseiten (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



# Beispielseiten (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



# Beispielseiten (4)

### Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten





# **Bestellformular**

Ihre	Bestellung	nehmen	wir gerne	e per forn	nloser E-	Mail oder	mit ausgefüllte	m Bestellformular	entgegen.
		_	_						

E-Mail: <u>uwe.matzner@research-tools.net</u>

FAX: +49 (0)711 - 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 3.600 EUR zzgl. MwSt. die Marketing Mix Analyse Medikamente Herz Kreislauf und Gefäße OTC

Marketing-Mix-Analyse Medikamente Herz, Kreislauf und Gefäße OTC 2016.

Auftraggeber: Firma:	
Ansprechpartner:	
E-Mail:	
Position/Funktion:	
Datum, Ort, Unterschrift:	



# Kontakt / Branchenerfahrung

### Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

#### **Uwe Matzner**



Geschäftsführer Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384 E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt erschienene Studien zur Branche Healthcare:

- Werbemarktanalyse Schlaf- und Beruhigungsmittel 2016
- Marketing-Mix-Analyse Pflegezusatzversicherung 2016
- Marketing-Mix-Analyse Hörgeräte 2016
- Studie eVisibility Medikamente 2016
- Werbemarktanalyse Kliniken 2016
- Marketing-Mix-Analyse Schmerzmittel OTC 2016

Seit 2005 untersuchte research tools über 100 Anbieter aus der Branche Healthcare. In dieser Branche erschienen im Jahr 2016 insgesamt zehn Studien. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen sind bisher 51 Marktstudien erschienen.















# **Analysierte Aspekte**

Alleinstellungen USPs, Alleinstellungsmerkmale, Android, Ansprechpartner, Apps, Aufrufe, Auszeichnungen, Autoreply, Beispielrechnung, Belege, Beratungsleistungen, Blog, Blogbeiträge, Brief, Call-Back, Call-Center, Chat, Co-Browsing, Cross-Selling, Darreichungsformen, D-Campher, Deckblatt-Slogan, De-Mail, Dosierungsmengen, eMail, Facebook, FAQ, Flyer, Follower, Forum, Gebühren, Gel, Google+, Gütesiegel, Hämorrhoiden, Hamamelis, Hilfeleistungen, Herz, Herz-Kreislauf, Headline, Hotline-Betriebszeiten, Hotlinegebühren, Impact, Inbound, Internet, Internetwerbung, iOS, Kapseln, Konsistenz USPs, Kontaktwege, Kundenberichte, Kundenmagazin, Kundenservice, Laufzeit, Leistungsargumente, Live-Beratung, Mailanfrage Antwortqualität, Mailanfragen Reaktionszeit, mobile Seiten, Motivanalyse, Motivkonsistenz, Mystery Calls, Mystery Mails, Newsletter, Nutzenargumente, Nutzungsprofile, Online-Apotheken, Onlinekontakt, Optionen, Packungsgrößen, Portallistungen, Portalpräsenz, Positionierung, Postings, Preise, Preise auf eigener Website/Amazon/Idealo/zurrose.de, Preisspannen, Presseeffizienz, Medianpreise, Pressemitteilungen, Presseresonanz. Produkterweiterungen, Produktfeatures, Produktportfolio, Prospekte, Rabatte, Radiowerbung, Ranking, Reaktionszeit, Salbe, Serviceargumente, Slogans, Sonderkonditionen, Social Media, spezielle Angebote, Stärken und Schwächen, Suchmaschinenlistung, Suchmaschinenpräsenz, Suchmaschinenanzeigen, Tabletten, Telefonanfragen Antwortqualität, Telefonanfragen Wartezeit, Testberichte, Tropfen, TV-Werbung, Tweets, Twitter, Usability Website, USP-Argumente, Venen, Vergleichsportal-Listung, Vergleichsportalpräsenz, Vertriebswege, Videoberatung, Website-Features, Website-Usability, Weißdorn, Weiterempfehlung, Werbeausgaben, Werbemotive, Werbung in Zeitungen, Windows Phone, Wirkstoffe, YouTube, Zäpfchen, Zeitschriftenwerbung, Zielgruppen

