HEALTHCARE MARKETING



Das Fachmagazin für Gesundheitsmarken

Suche

Home

Unternehmen

Medien

Kommunikation

Könfe

Term

PremiumPartner

Dental

Spot des Monats

Unternehmen

Bayer, Ratiopharm und Weleda erreichen hohe Sichtbarkeit auf Vergleichsportalen



Die Produkt-Präsenz auf Vergleichsportalen war u.a. Thema der Analyse (Foto: Research Tools)

Bayer, Ratiopharm und Weleda sind die Herstellermarken mit insgesamt bester Vergleichsportalpräsenz. Das ist ein Ergebnis der 'Studie Vergleichsportal-Marketing Arzneimittel 2019' von Research Tools, Esslingen am Neckar. Das Marktforschungsinstitut hat 48 zu diesem Thema relevante Vergleichsportale identifiziert, nach Suchmaschinenperformance gerankt und darauf basierend analysiert, inwieweit 199 Arzneimittel-Anbietermarken und 133 Onlineshops für Arzneimittel

auf diesen Portalen vertreten sind. Das Abschneiden der Marken Bayer, Ratiopharm und Weleda resultiert demnach aus der Anzahl genutzter Portale, der Anzahl der Listungen und der Erstplatzierungen auf den Portalen.

Von 199 untersuchten Arzneimittelmarken sind 20 auf mehr als der Hälfte der 48 herangezogenen Vergleichsportale vertreten, so die Studie. Im Schnitt sind die 20 präsentesten Arzneimittelmarken in 29 Vergleichsportalen gelistet. Die Produktkategorien Allergie sowie Erkältung/Grippe verzeichnen die größte Anzahl verschiedener Anbieter.

Von den betrachteten Online-Apotheken liegen apo-rot.de, eurapon.de und shop-apotheke.com vorne, hinsichtlich der Vergleichsportalpräsenz. Alle drei heben sich, unter anderem, durch jeweils mindestens 20 erste Ränge in den analysierten Portalen von den weiteren Online-Apotheken ab.

Im Ranking der Vergleichsportale belegen medizinfuchs.de und medipreis.de vordere Plätze, unter Berücksichtigung von Such- und Anzeigenplatzierungen, Suchbegriffen und Marktpräsenz, berichtet Research Tools.

Ähnliche Beiträge:

Juni 2019: PwC: Bei der Wahl einer Online-Apotheke achten Konsumenten vor allem auf den Preis

Februar 2019: Versandapotheken reduzierten 2018 ihre Werbespendings

Juli 2018: Schmerzmittel: Top 3-Marken mit 67 Prozent Werbeanteil

Juli 2018: Online-Recherche beim OTC-Kauf richtet sich auf Information zu Preisen und alternativen Therapien

zurück

(np) 05.12.2019

Druckansicht

Artikel empfehlen



