

+++BANKEN: Bank of America, Bausparkasse Schwäbisch Hall, Cortal Consors, HypoVereinsbank, Sparkasse.de **+++VERSICHERUNGEN:** Allianz, American Family Insurance, Barmenia, ERGO Direkt, Gothaer**+++TELEKOMMUNIKATION:**1&1, Fonic, Telefónica O2, Orange, Vodafone **+++REISEN:** FTI Touristik, LMX Touristik, STA Travel, Thomas Cook UK,TUI Cruises,**+++ENERGIE:** E WIE EINFACH, EnBW, Green Mountain Energy ,Ökostrom für Alle!, Yello Strom **+++BANKEN:** Bank of America, Bausparkasse Schwäbisch Ha

Google+

Studiensteckbrief

Google+ für Dienstleister 2012!

Eine Benchmarking-Analyse für fünf Dienstleistungsmärkte

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juli 2012

Informationen zur Studie (1)

Sie möchten wissen:

- Ob sich Google+ auch für Ihr Unternehmen lohnt?
- Welche Dienstleister auf Google+ aktiv sind?
- Wie die Profilseiten anderer Dienstleister aufgebaut sind und seit wann diese aktiv sind?
- Wie viele Freunde andere Dienstleister auf Google+ haben?
- Wie aktiv andere Profilbetreiber und deren Freunde auf Google+ sind?
- Welche Themen auf Google+ diskutiert werden und Traffic erzeugen?
- Wofür andere Dienstleister die Plattform nutzen?

Forschungsdesign:

Die Studie basiert auf Daten, die von research tools auf der Plattform Google+ erhoben wurden. **Analysiert werden die offiziellen Profilseiten von 25 Dienstleister aus fünf verschiedenen Branchen**, die aufgrund ihrer Aktivität auf der Plattform, ihres Marktanteils, ihrer Fanzahl oder Besonderheiten im Profil ausgewählt wurden. Dabei handelt es sich um folgende Profile:

Informationen zur Studie (2)

Die analysierten Profile

Banken	Versicherungen	Telekommunikation	Reisen	Energie
Bank of America	Allianz	1&1	FTI Touristik	E WIE EINFACH
Bausparkasse Schwäbisch Hall	American Family Insurance	Fonic	LMX Touristik	EnBW
Cortal Consors	Barmenia	O2	STA Travel	Green Mountain Energy
Hypo Vereinsbank	ERGO Direkt	Orange	Thomas Cook UK	Ökostrom für Alle!
Sparkasse.de	Gothaer	Vodafone	TUI Cruises	Yello Strom

Quelle: Profilsseiten auf Google+, zusammengestellt durch research

Informationen zur Studie (3)

Keyfacts (Auswahl):

- Google+ ist ein junges Netzwerk, das Unternehmen viel Potenzial bietet.
- User auf Google+ sind anspruchsvoll: Eine Reaktion erfolgt nur bei Themen, die sie interessieren. Marketingthemen stoßen hier durchaus auf Resonanz.
- Ein Dienstleister hat über 60.000 Freunde auf der Plattform obwohl erst seit Anfang des Jahres dabei ist.
- Die Mitglieder der Telekommunikationsbranche sind auf der Google+ bis jetzt am aktivsten.
- Internationale Anbieter sind in drei der fünf Branchen den nationalen Anbietern eine Nasenlänge voraus.

Informationen zur Studie (4)

Die Studie gibt Auskunft über:

- Überblick über die Präsenz von 25 Dienstleistern
- Detailanalyse der zehn Profile:
 - Profilaufbau
 - Profilnutzung und Themen des Pinnwanddialogs
 - Startzeitpunkt der Aktivität
 - Zahl der Fans und Rekrutierungsquoten
 - Traffic auf den Seiten
 - Quantitative Aktivität der Dienstleister und Fans
 - Tonalität der Fanbeiträge

Die Ergebnisse der Profile werden nach einem bewährten System im Kapitel Rankings bewertet. Zudem werden die Ergebnisse anschließend individuell für jeden Anbieter zusammengefasst und Handlungsempfehlungen abgegeben.

*Quelle: VerbraucherAnalyse 2011, Marktanteil gemessen an der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahre, die mindestens gelegentlich Bier konsumiert und ein Profil auf Google+ besitzt

Informationen zur Studie (5)

Um eine unmittelbare Nutzung zu ermöglichen, beispielsweise für interne Präsentationen, wird die Studie als PDF- und ppt.-Datei auf CD ausgeliefert.

Die rund 180 Seiten umfassende Studie kostet **1.800 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Der Herausgeber:

Die Marktforschungsberatung **research tools** hat sich auf die Konzeption innovativer Marktforschungsinstrumente spezialisiert. Das Unternehmen mit Sitz in Esslingen am Neckar hilft Unternehmen dabei, die Erkenntnisse aus neuen Marktforschungsmethoden mit den Unternehmensprozessen zu verzahnen und umsetzungsstarke Werkzeuge zu entwickeln.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	Seite 3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Zentrale Kennzahlen	17
Startdatum, Aktivitätszeitraum, „in den Kreisen von anderen“, „In den Kreisen v. anderen“/ Aktivitätszeitraum, Seite +1, Aktivitätsindex	
➤ Profil	25
Funktionen auf den Profiseiten ,Analyse der Selbstbeschreibung	
➤ Freunde	37
„in den Kreisen von anderen“ , „In den eigenen Kreisen“ , „in den Kreisen von anderen“/Aktivitätszeitraum, Verhältnis „in Kreisen von anderen“/ „in den eigenen Kreisen“ , Durchschnittlicher Kreiszuwachs	
➤ Interaktion	54
Aktivitätsindex der Unternehmen, Aktivität der Freunde, Interaktionsquote	
➤ Inhalte	72
Marketingthemen, Gesprächsthemen, Tonalität	
➤ Stärken und Schwächen der einzelnen Unternehmen	126
➤ Ranking	151
➤ Kontakt	179

Beispielseiten (1)

Wie sind die Profile der Wettbewerber aufgebaut?

Management Summary

- Google+ ist seit Juni 2011 online und seit November 2011 sind auch verfügbar.
- Einige Unternehmen sind unsicher über den Mehrwert von Google+ Bedeutung des neuen Netzwerkes mit Fans zu diskutieren: z.B. Orao Do you think Google Plus pages are a place to be for brands that are and Twitter?.
- Das Kommunikationsverhalten reicht von knappen Meinungsäußerungen Diskussionen.
- Die Interaktion wird durch die fehlende Möglichkeit private Nachricht eigene Beiträge auf den Pinnwänden zu veröffentlichen eingeschränkt.
- Viele Beiträge und die daraus entstehenden Diskussionen stehen in Unternehmen oder den Produkten bzw. Dienstleistungen des Unternehmens.
- Die jeweils fünf Unternehmen der fünf analysierten Branchen (Telekommunikation, Reisen, Energie) nutzen ihr Profil in sehr unterschiedlicher Weise.
- Als **erstes** der analysierten Unternehmen veröffentlichte 1&1 einen von der Allianz, Barmenia, Gothaer, O2, Orange und FTI Touristik wurde Green Mountain Energy aktiv (27.03.2012).



Google+ für Dienstleister!
Eine Benchmarking-Analyse für fünf Dienstleistungsmärkte

Profil

Analyse der Selbstbeschreibung- Banken

Unternehmen	Motto	Intro	Tel.	Fax	E-Mail	Link zur Homepage	Weitere Links (Anzahl)
Bank of America	x	x	x	-	-	x	2
Bausparkasse Schwäbisch Hall	x	x	-	-	-	x	-
Cortal Consors	x	x	x	x	x	x	3
HypoVereinsbank	x	x	x	-	x	x	7
Sparkasse.de	x	x	x	-	-	x	4

Quelle: Profilsseiten auf google+, zusammengestellt durch research tools (Stand 25.06.2012)



Google+ für Dienstleister!
Eine Benchmarking-Analyse für fünf Dienstleistungsmärkte

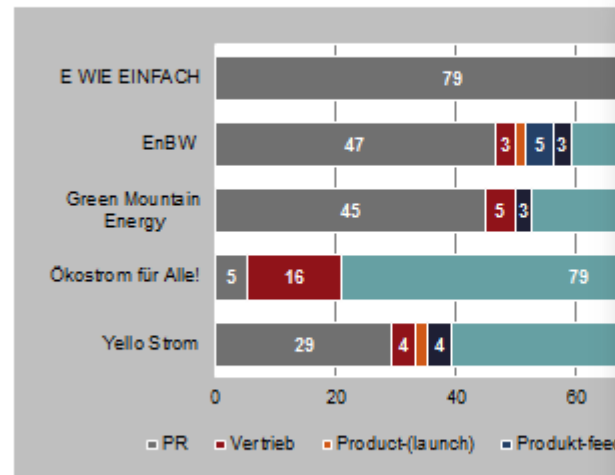
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten.

Beispielseiten (2)

Welche Themen werden auf der Plattform diskutiert?

Inhalte

Marketingthemen- Energie

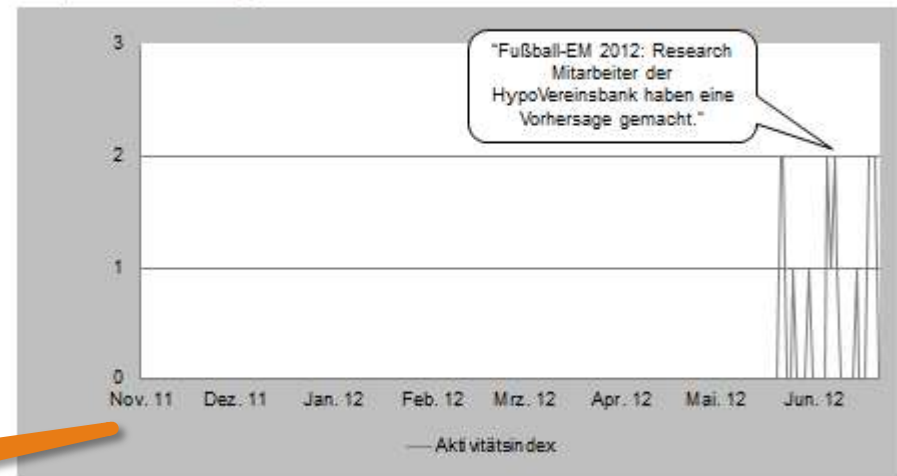


Quelle: Profisseiten auf google+, zusammengestellt durch research tools (Stand 25.06.2012)

research tools Google+ für Dienstleister! Eine Benchmarking-Analyse für fünf Dienstleistungsmärkte

Inhalte

Gesprächsthemen- HypoVereinsbank



Quelle: Profisseiten auf google+, zusammengestellt durch research tools (Stand 25.06.2012)

research tools Google+ für Dienstleister! Eine Benchmarking-Analyse für fünf Dienstleistungsmärkte

Wer ist seit wann dabei?

Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten.

Beispielseiten (3)

Wer hat die meisten Fans?

Freunde

Übersicht-Versicherungen

Unternehmen	In den Kreisen von anderen	In den Kreisen von anderen / Aktivitätszeitraum	In de K
Allianz	397	52	
American Family Insurance	168	29	
Barmenia	207	27	
ERGO Direkt	461	62	
Gothaer	338	44	

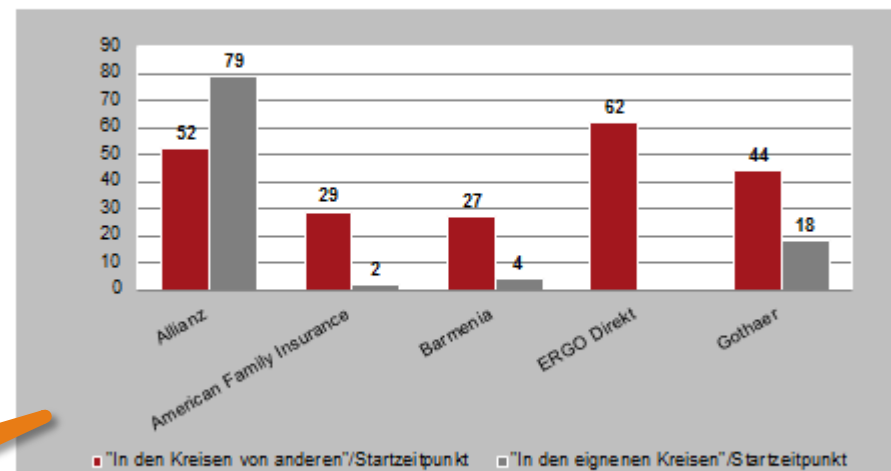
Quelle: Profilsseiten auf google+, zusammengestellt durch research tools (Stand 25.06.2012)

research tools Google+ für Dienstleister!
Eine Benchmarking-Analyse für fünf Dienstleistungsmärkte

Wer hat den größten Fanzuwachs?

Freunde

Durchschnittlicher Kreiszuwachs-Versicherungen



Quelle: Profilsseiten auf google+, zusammengestellt durch research tools (Stand 25.06.2012)

research tools Google+ für Dienstleister!
Marktforschung für Innovation und Handlungssicherheit
Eine Benchmarking-Analyse für fünf Dienstleistungsmärkte

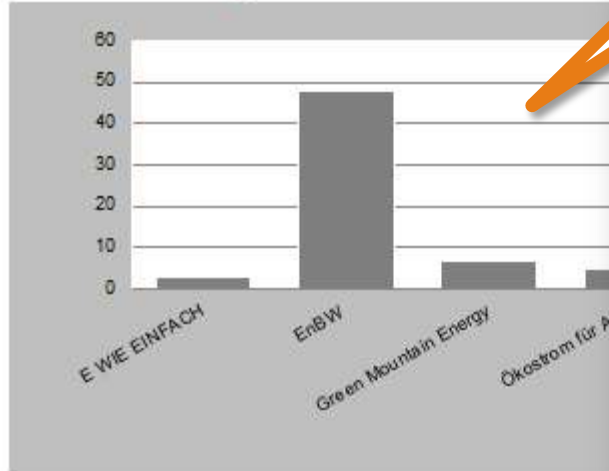
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten.

Beispielseiten (4)

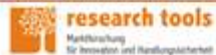
Auf welchem Profil findet die angeregteste Diskussion statt?

Interaktion

Aktivitätsindex-Energie



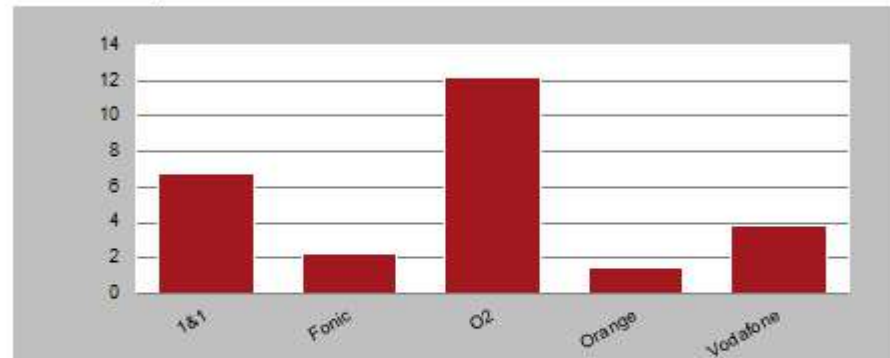
Quelle: Profilsseiten auf google+, zusammengestellt durch research tools (Stand 25.08.2012)



Google+ für Dienstleister!
Eine Benchmarking-Analyse für fünf Dienstleistungsmärkte

Interaktion

Interaktionsquote-Telekommunikation



Quelle: Profilsseiten auf google+, zusammengestellt durch research tools (Stand 25.08.2012)



Google+ für Dienstleister!
Eine Benchmarking-Analyse für fünf Dienstleistungsmärkte

Wer zeigt das höchste Fanengagement?

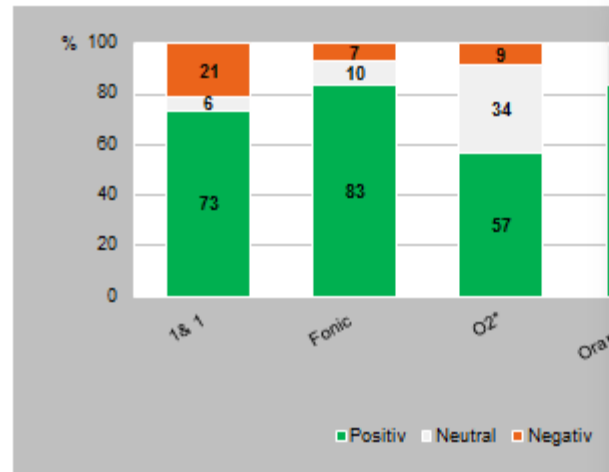
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten.

Beispielseiten (5)

Wie ist die Stimmung gegenüber ihrem Unternehmen?

Inhalte

Tonalität der Fanbeiträge-Telekommunikation



Quelle: Profisseiten auf google+, zusammengestellt durch research tools (Stand 25.06.2012)

research tools Google+ für Dienstleister!
Eine Benchmarking-Analyse für fünf Dienstleistungsmärkte

Welche Themen lösen eine Diskussion und damit Traffic aus?

Inhalte

Themen (2)- Reisen (Häufigkeit/ Aktivitätsindex/ durchschn. Aktivität pro Posting)

Unternehmen	News – branchen- übergreifend	Events	Gewinnspiel	Interaktions- frage	Social Media	Werbe- video
FTI Touristik	7/13/2	10/11/1	-	-	-	-
LMX Touristik	-	2/1/1	-	-	2/0/0	-
STA Travel	2/2/1	13/7/1	-	-	3/0/0	-
Thomas Cook UK	4/24/8	21/635/30	-	-	10/289/29	4/29/7
TUI Cruises	0/7/2	-	2/4/2	3/4/1	1/0/0	1/0/0

Profisseiten auf google+, zusammengestellt durch research tools (Stand 25.06.2012)

research tools Google+ für Dienstleister!
Marktforschung für Innovation und Handlungssicherheit Eine Benchmarking-Analyse für fünf Dienstleistungsmärkte

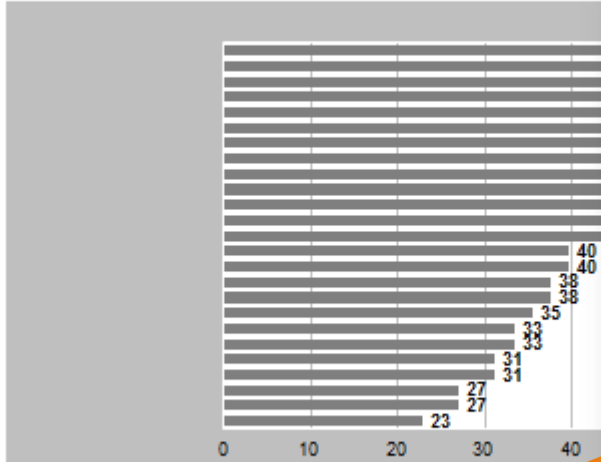
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten.

Beispielseiten (7)

Wer ist Sieger im Ranking?

Ranking

Ranking



Quelle: Profildaten auf google+, zusammengestellt durch research tools (Stand 25.06.2012)

research tools
Marktforschung

Stärken und Schwächen der Unternehmen

Bausparkasse Schwäbisch Hall

Aktivität in Monaten	7
„In den eigenen Kreisen“	15
„In den Kreisen von anderen“	35
Empfehlungen der Seite +1	37
„In den eigenen Kreisen“/Aktivitätszeitraum	2
„In den Kreisen v. anderen“/Aktivitätszeitraum	5
Durchschnittlicher Aktivitätsindex	14
Vollständigkeit der Selbstdarstellung	3
Verlinkungen auf den Profildaten	2
Interaktionsquote	0
Marketingziel	4
Anteil positiven Feedbacks in %	81,3

Stärken:

- Keine Kommentare mit negativer Tonalität

Schwächen:

- Features decken nur wenige Marketingziele ab
- Geringe Fanquote trotz relativ langer Aktivität
- Viele Verlinkungen zum Blog/ Duplikat des Blogs
- Beiträge beziehen sich selten auf Produkte, das Unternehmen oder die Branche

Empfehlung:

- Bessere Ausgestaltung des Profils
- Verlinkungen zum Blog reduzieren um Mehrwert zu generieren

Quelle: Profildaten auf google+, zusammengestellt durch research tools (Stand 25.06.2012)

research tools
Marktforschung

Google+ für Dienstleister!
Eine Benchmarking-Analyse für fünf Dienstleistungsmärkte

Was sind die Stärken und Schwächen? Gibt es ungenutzte Potenziale? Wo kann angesetzt werden?

Bestellformular

FAX-Bestellung: +49 (0)711- 55090384

research tools, Wäldenbronner Strasse 2, 73732 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 1.800 EUR zzgl. Mwst. die Studie

**Studie „Google+ für Dienstleister !
Eine Benchmarking-Analyse für fünf Dienstleistungsmärkte 2012“**

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

Position/Funktion:

E-Mail:

Ort/Datum

Unterschrift

Kontakt

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Franziska Roth



Produktmanager Kommunikationsforschung

Tel. +49 711 55090382

E-Mail: franziska.roth@research-tools.net

research tools

Wäldenbronner Strasse 2, D 73732 Esslingen am Neckar, Deutschland

www.research-tools.net