



#### Ausgewählte Key Facts:

- Die berücksichtigten Anbieter von Erkältungsmitteln stellen zwischen vier und 36 Produkte zur Verfügung. Positionierung erfolgt dabei im Wesentlichen über Produkteigenschaften und Preise.
- Ein Anbieter erweist sich durchgängig als preisgünstig. Andere Anbieter verfolgen eine Mischstrategie und führen sowohl hoch- als auch niedrigpreisige Produkte.
- Zwischen sieben und zehn unterschiedliche Kontaktwege stellen die zehn untersuchten Anbieter zu Verfügung.
- Die Antwortqualität des Kundendienstes ist bei Telefonanfragen deutlich höher als bei per E-Mail eingereichten Fragen. Nur drei Hersteller antworten zuverlässig auf eMails.
- Vier Anbieter schalten kostenpflichtige Suchanzeigen in Bing und/oder Google bei erkältungsmittelrelevanten Suchanfragen.
- Sieben Hersteller haben in mediale Werbung investiert. Zwei Unternehmen heben sich hinsichtlich der Höhe ihrer Werbespendings deutlich von den Mitbewerben ab.
- Vier Anbieter profilieren sich mit relevanten Pressemitteilungen. Bei den veröffentlichten Postings in Social Media hebt sich ein Anbieter ab mit einer hohen Anzahl an Beiträgen.



#### **Key Facts der Marketing-Mix-Bereiche:**





Top-Präsenz in Vergleichsportalen:



Top-Service beim telefonischen Kundendienst:



Hexal



größte Spanne bei Preisen:

Pohl-Boskamp



ø 18,1 Pressemeldungen pro Anbieter p.a.

Ø 4,5 Anzeigen in Suchmaschinen pro Anbieter



#### **Nutzen und Umfang der Studie:**

Kern der Analyse ist das Marketingverhalten der zehn Anbieter

Analyseinhalte: Product, Price, Place, Promotion

ganzheitliche Wettbewerbsanalyse aus Anbietersicht

alle Information auf 294 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 Erkältungsmitteln:

- Dr. W. Schwabe
- Engelhard
- Hexal
- MCM Klosterfrau
- MEDICE
- Merz Pharma
- Pohl-Boskamp
- Procter & Gamble
- ratiopharm
- STADA



#### **Analysierte Anbieter:**

**Dr. Willmar Schwabe** 

Anzahl Wirkstoffe

**Engelhard** 

Konsistenz Werbemotive Hexal

viele Anwendungsbereiche **MCM Klosterfrau** 

gute Suchmaschinenpräsenz

**MEDICE** 

gute App-Bewertung

**Merz Pharma** 

breites Portfolio

Pohl-Boskamp

breite Preisspanne

**Procter & Gamble** 

hohe Werbespendings

ratiopharm

günstige Produkte

**STADA** 

starke Presseresonanz

Diese Studie analysiert überdurchschnittlich marketingaktive Anbieter der Branche. Basis der Anbieterauswahl ist eine Vorrecherche zu Produktportfolio, Pricing, Distribution und Kommunikation.



#### **Konzeption:**

Detaillierte Analyse des Marketingverhaltens von zehn ausgewählten Anbietern von Erkältungsmitteln



#### **Produkt**

- Portfolio
- Marken und Produktnamen
- Wirkstoffe
- Anwendungsbereiche
- Darreichungsformen
- Packungsgrößen
- ...



#### Konditionen

- Preise bei Amazon
- Preise bei Idealo
- Preise bei Online-Apotheke
- Preisspannen
- Medianpreise
- Preisklassen
- Preisanalyse
- ..



#### **Distribution**

- Vertriebskanäle
- Apps
- Hotline
- Websitefeatures
- Vergleichsportale
- Kontaktwege
- Mystery Calls
- Mystery Mails
- ..



### Kommunikation

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





Stärken-/Schwächenanalyse

Marketingranking

Marketing-Positionierung

#### Studieninhalte:

#### Analysen:

- Produktportfolio-Vergleich, Wirkstoffe, Anwendungsgebiete
- Preise bei Amazon, Idealo, Online-Apotheke, Preisklassen
- Positionierung in 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 Studie in Zahlen:

- detaillierte Analyse von 146 Erkältungsmitteln
- 28 Wirkstoffe
- Preisanalyse für 113 Präparate
- 50 Mystery Calls, 50 Mystery Mails
- Werbeausgaben und Werbemotive in5 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 Januar 2018 erschienen.

Preis: Die 294 Seiten umfassende Studie kostet 3.600 EUR zuzüglich MwSt.

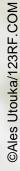


>	Management Summary	7
>	Forschungsdesign	14
>	Produkt	17
	<ul> <li>Portfolio</li> </ul>	21
	Anzahl, Präparate, Marken, Produktnamen, Ab <mark>bildungen</mark>	
	<ul><li>Wirkstoffe</li></ul>	32
	Häufigste Wirkstoffe, weitere Wirkstoffe, Anzahl zur Verfügung stehender Wirkstoffe, Verteilung auf die Portfolios	
	<ul> <li>Anwendungsbereiche</li> </ul>	39
	Husten, Atemwege, Hals, Fieber, Sonstige	
	<ul> <li>Darreichungsformen</li> </ul>	43
	Tabletten, Bad, Lutschtabletten, Inhalieren, <mark>Spray, Lösung, Salbe</mark>	
	■ Packungsgrößen	45
	<ul> <li>Alleinstellungsmerkmale</li> </ul>	49

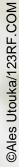


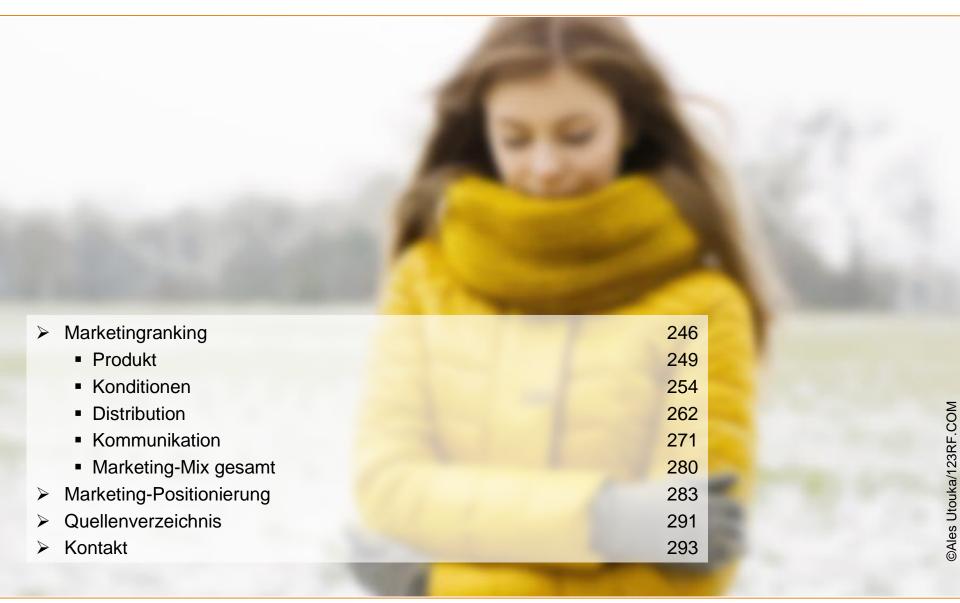
>	Konditionen	51			
	Produktpreise Herstellerwebsite	55			
	<ul> <li>Produktpreise Amazon</li> </ul>	56			
	Niedrigster Preis, höchster Preis, Preisspanne, Median, Preisklassen				
	<ul> <li>Produktpreise Idealo</li> </ul>	59			
	Niedrigster Preis, höchster Preis, Preisspanne, Median, Preisklassen				
	<ul> <li>Produktpreise Online-Apotheke</li> </ul>	62			
	Niedrigster Preis, höchster Preis, Preisspanne, Median, Preisklassen				
	<ul> <li>Preisanalyse</li> </ul>	65			
	Rangplätze nach niedrigstem Einstiegspreis und größter Preisspanne, Preisvergleich innerhalb von Produktgruppen				
	<ul> <li>Alleinstellungsmerkmale</li> </ul>	80			
>	Distribution	82			
	<ul> <li>Vertriebswege</li> </ul>	87			
	Händler, Internet, mobiler Vertrieb, Telefon				
	<ul> <li>Vertriebsmodelle</li> </ul>	88			
	Freundschaftswerbung, Vertriebspartner				
	<ul> <li>Website</li> </ul>	90			
	Usability, Features				

<ul> <li>Apps für mobile Endgeräte</li> </ul>	94
<ul> <li>Kontaktmöglichkeiten</li> </ul>	97
Hotline, Filialen, schriftlicher Kontakt, Social Media	
<ul> <li>Vergleichsportal-Marketing</li> </ul>	104
Vergleichsportale, Listungen, Platzierungen, Scoring, Anzeigen	
<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>	125
Kommunikation	127
<ul><li>Website</li></ul>	134
Slogans, Nutzenargumente	
<ul> <li>Flyer und Prospekte</li> </ul>	144
Formate, Inhalte, Motive	



<ul> <li>Kundenmedien</li> </ul>	150
Kundenmagazin, Newsletter	
<ul><li>Werbung</li></ul>	151
Werbeaufwendungen nach Mediengattungen, im Zeitverlauf, wichtige Werbemotive	
<ul> <li>Suchmaschinen-Marketing</li> </ul>	167
Platzierung von Suchtreffern und Suchanzeigen, Scoring	
Social Media-Marketing	179
Blog, Forum, Facebook, Google+, YouTube, Scoring	
<ul> <li>Public Relations</li> </ul>	194
Pressemitteilungen, Presseresonanz, Presseeffizienz	
■ USP-Analyse	202
Verwendete USPs nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
<ul> <li>Motivanalyse</li> </ul>	217
Verwendete Motive nach Medien, Konsisten <mark>z über die Medien, Alleinstellungen</mark>	
<ul> <li>Alleinstellungsmerkmale</li> </ul>	232
Stärken und Schwächen	293







## Beispielseiten (1)



## Beispielseiten (2)

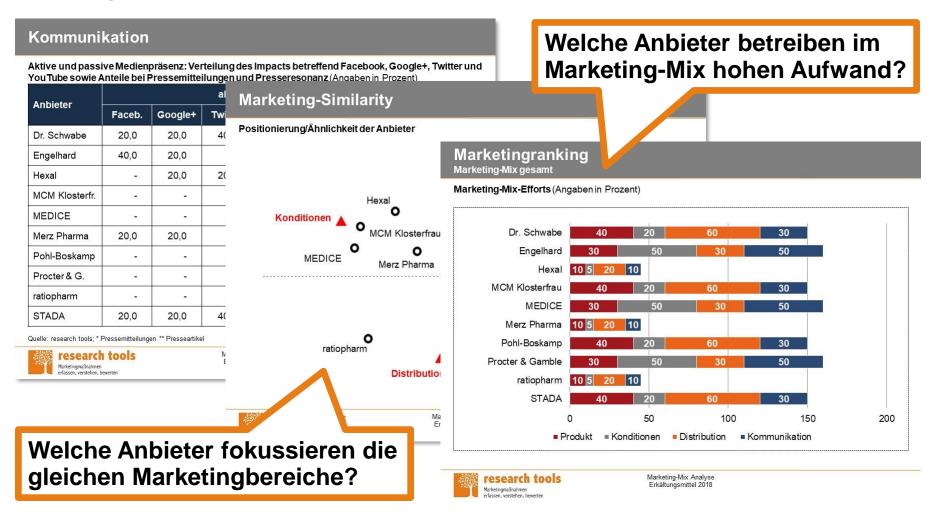


## Beispielseiten (3)





## Beispielseiten (4)





### Bestellformular

Ihre Bestellung	ı nehmen wir	gerne per	formloser F	E-Mail oder	mit ausgefüllter	n Bestellformular	entaegen
mino Bootomanio	1 1 1 0 1 11 1 1 0 1 1 1 1 1 1 1	901110 001			iiiii aasgolaiitsi	Bootomonnaia.	or regogorn

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 Erkältungsmittel 2018.

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 zur Branche Healthcare erschienen:

- Werbemarktanalyse Antiadiposita 2017
- Studie eVisibility Mundhygiene 2017
- Werbemarktanalyse Optik 2017
- Marktthemenradar Medizintechnik 2017
- Studie eVisibility Nahrungsergänzungsmittel 2017
- Werbemarktanalyse Dermatika 2017

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Branche Healthcare erschienen seit 2016 23 Studien. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen erschienen seit 2015 über 35 Studien.













