

+++ congstar +++ discoTEL +++ EDEKA mobil +++ FYVE +++ O2 +++ otelo +++ Tchibo +++ Telekom +++
Vodafone +++ yourfone +++ congstar +++ discoTEL +++ EDEKA mobil +++ FYVE +++ O2 +++ otelo +++ Tchibo

Studiensteckbrief

Marketing-Mix-Analyse Prepaidtarife 2017

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

April 2017

powered by:



Ausgewählte Ergebnisse:

- Die berücksichtigten Anbieter von Mobilfunktarifen stellen zwischen drei und zwölf unterschiedliche Prepaidtarife zur Verfügung. Positionierung erfolgt dabei im Wesentlichen über inkludierte Leistungen und optionale Pakete.
- Zwei Anbieter profilieren sich gegenüber den Mitbewerbern mit niedrigeren Preisen für Anrufminuten und SMS. Ein Großteil der Anbieter verfügt über Freikarten ohne monatliche Pauschalkosten.
- Zwischen neun und 15 unterschiedliche Kontaktwege stellen die Anbieter zur Verfügung. Die Serviceteams von drei Unternehmen stehen täglich für Anfragen rund um die Uhr zu Verfügung.
- Die Qualität des Kundendienstes offenbart bei Telefonanfragen fast durchgehend eine deutlich bessere Antwortqualität als bei per Mail eingereichten Fragen. Ein Anbieter hebt sich mit einer guten Performance in beiden Bereichen ab.
- Innerhalb eines Jahres haben die zehn analysierten Telekommunikationsmarken knapp 13 Millionen Euro für klassische mediale Werbung aufgewendet. Über drei Viertel der Aufwendungen entfallen auf zwei Unternehmen.
- Alle Anbieter unterhalten Profile auf Social Media Kanälen. Pro Anbieter wurden innerhalb von zwölf Monaten im Durchschnitt lediglich 1,9 produktrelevante Beiträge und Videos gepostet.

Informationen zur Studie

Wichtigste USPs:

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

Analyseinhalte: **Product, Price, Place, Promotion**

ganzheitliche Wettbewerbsanalyse aus **Anbietersicht**

alle Information auf **321 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 Prepaidtarifen:

- congstar
- discoTEL
- EDEKA mobil
- FYVE
- O2
- otelo
- Tchibo
- Telekom
- Vodafone
- yourfone



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Marketing-Mix-Analyse Prepaidtarife 2017

Informationen zur Studie

Analysierte Anbieter:

congstar

gute Performance in Vergleichsportalen

discoTEL

niedrige Preise für Telefonie und SMS

EDEKA mobil

zahlreiche Arten von Inklusivleistungen

FYVE

hohe Werbespendings

O2

großes Angebot für Datenvolumen

otelo

hohe Werbespendings

Tchibo

hohe Wechselprämie

Telekom

starke Presseresonanz

Vodafone

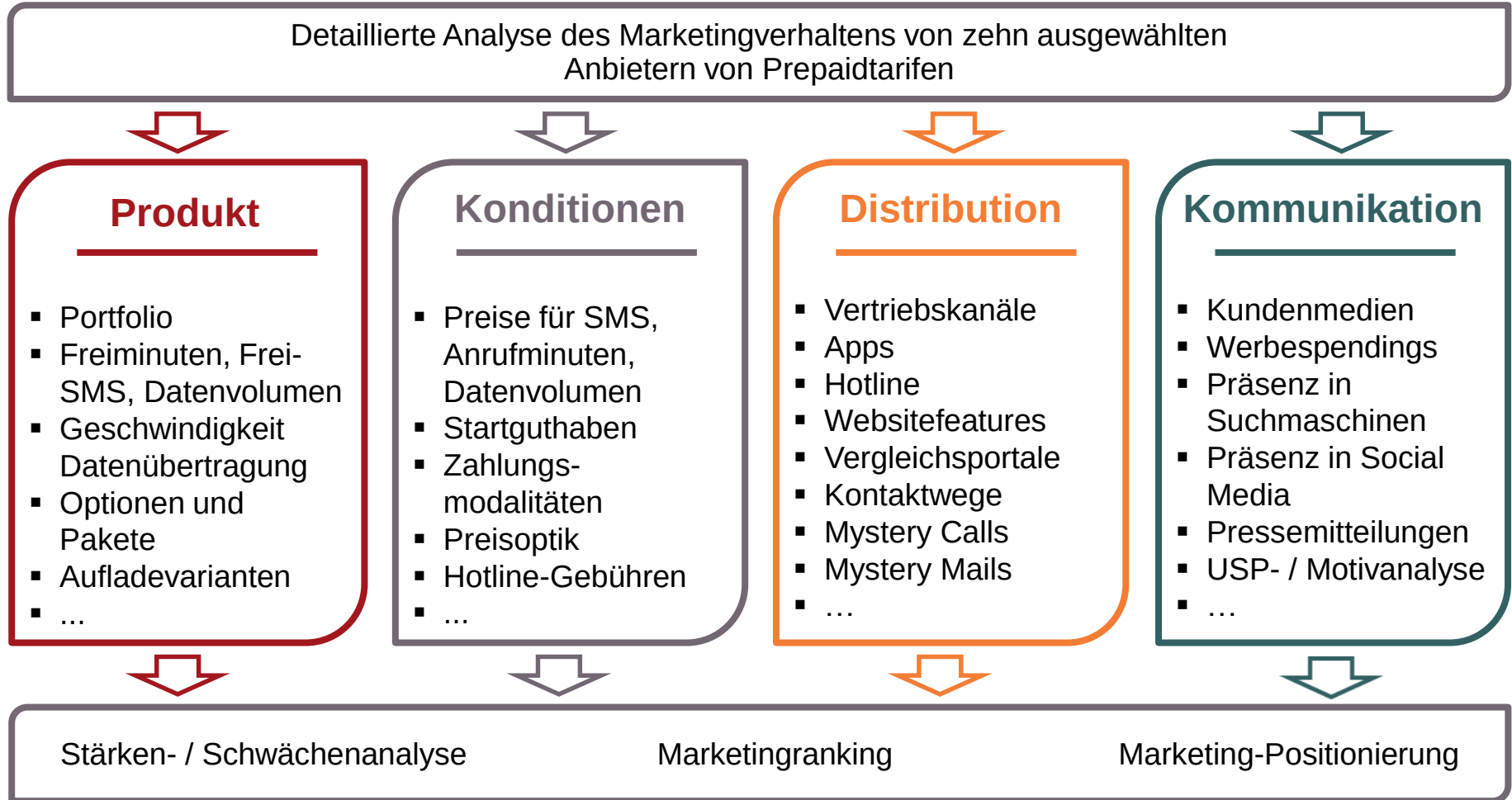
gute Antwortqualität bei Mailanfragen

yourfone

großes Portfolio

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

Informationen zur Studie



Informationen zur Studie

Analysen:

- Produktportfolio-Vergleich, inkludierte Leistungen, optionale Pakete
- Preise für Anrufminuten, SMS und Datenpakete
- Preisoptik
- 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 68 Prepaidтарifen
- 13 Leistungsinhalte
- 21 erweiterte Produktinhalte
- 12 Pakete
- 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 April 2017 erschienen.

Preis: Die 321 Seiten umfassende Studie kostet **3.600 EUR** zuzüglich MwSt.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	6
➤ Forschungsdesign	13
➤ Produkt	16
▪ Portfolio	21
Anzahl Produkte, genutzte Netze, Produktnamen	
▪ Leistungen	27
Freiminuten, Frei-SMS, Datenvolumen	
▪ Erweiterte Produktinhalte	40
Datenübertragungsgeschwindigkeit, kostenfreie Leistungen, Bonus	
▪ Startguthaben	43
▪ Prämie Rufnummernmitnahme	46
▪ Optionen und Pakete	47
▪ Auflademöglichkeiten	60
▪ Bonusprogramme	61
▪ Spezielle Angebote	63
➤ Konditionen	65
▪ Preise nach Tarifart	70
SMS, Anrufminute, Datenvolumen, Bereitstellungspreis, Startguthaben, Grundgebühr	



Inhaltsverzeichnis

▪ Besonderheiten	82
▪ Preisoptik	84
Designfeatures, Beträge, Preisattribute, Usability	
▪ Zahlungsmodalitäten	90
Varianten, Beträge	
▪ Hotlinegebühren	93
▪ Alleinstellungsmerkmale	94
➤ Distribution	96
▪ Vertriebswege	102
Filialen, Internet, mobiler Vertrieb, Telefon	
▪ Vertriebsmodelle	103
Freundschaftswerbung, Vertriebspartner	
▪ Wechselprämie	105
▪ Website	106
Usability, Features	
▪ Apps für mobile Endgeräte	110
▪ Kontaktmöglichkeiten	113
Hotline, schriftlich, Social Media	



Inhaltsverzeichnis

▪ Vergleichsportal-Marketing	120
Anzahl Listungen, Platzierungen, Medianplatzierung, Scoring, Werbeanzeigen	
▪ Servicecenter-Performance Telefon	131
50 Mystery Calls zu Wartezeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
▪ Servicecenter-Performance Online	136
50 Mystery Mails zu Reaktionszeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
▪ Alleinstellungsmerkmale	147
➤ Kommunikation	149
▪ Website	157
Slogans, Nutzenargumente	
▪ Flyer und Prospekte	167
Formate, Inhalte, Motive	
▪ Kundenmedien	169
Kundenmagazin, Newsletter	
▪ Werbung	170
Werbeaufwendungen nach Mediengattungen, im Zeitverlauf, wichtige Werbemotive	
▪ Suchmaschinen-Marketing	183
Platzierung von Suchtreffern und Suchanzeigen, Scoring	



Inhaltsverzeichnis

▪ Social Media-Marketing	198
Blog, Forum, Facebook, Twitter, Google+, YouTube, Scoring	
▪ Public Relations	228
Pressemitteilungen, Presseresonanz, Presseeffizienz	
▪ USP-Analyse	250
Verwendete USPs nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
▪ Motivanalyse	243
Verwendete Motive nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
▪ Alleinstellungsmerkmale	256
➤ Stärken und Schwächen	258
➤ Marketingranking	272
▪ Produkt	275
▪ Konditionen	283
▪ Distribution	289
▪ Kommunikation	298
▪ Marketing-Mix gesamt	307
➤ Marketing-Positionierung	310
➤ Quellenverzeichnis	318
➤ Kontakt	320

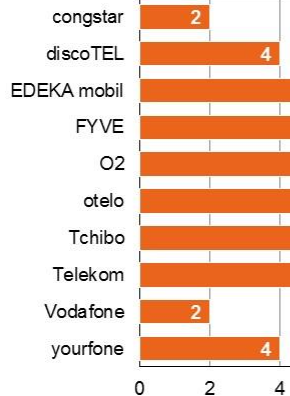


Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produkt Portfolio

Anzahl der verfügbaren Prepaidtarife nach Anbieter



Quelle: research tools

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Produkt Leistungen

Inklusive Leistungsinhalte von Prepaidkarten

Anbieter	1	2	3	4
congstar	x		x	
discoTEL	x		x	
EDEKA mobil	x	x	x	x
FYVE	x	x	x	x
O2	x		x	
otelo	x		x	
Tchibo mobil	x			
Telekom				
Vodafone	x	x	x	x
yourfone	x		x	

Quelle: Website der Anbieter

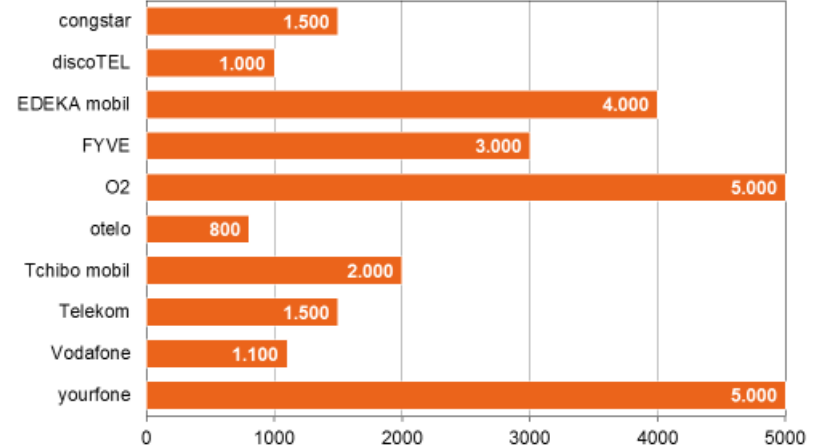
research tools

**Welches Produktportfolio
offerieren die Anbieter?**

**Welche Leistungsinhalte
werden angeboten?**

Produkt Leistungen

Maximales in Prepaidkarten inklusiv enthaltenes Datenvolumen (Angaben in MB)



Quelle: Website der Anbieter

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Marketing-Mix-Analyse
Prepaidtarife 2017

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Konditionen

Preise nach Tarifart

Telefon & Internet Prepaidtarife bis zu einer monatlichen Gebühr von 8€

Anbieter	Preis / SMS
congstar*	100 SMS inkl., 0,06
discoTEL	200 SMS inkl., 0,09
EDEKA mobil	100 SMS inkl., 0,06
FYVE	200 SMS inkl., 0,09
O2	100 SMS inkl., 0,06
otelo	200 SMS inkl., 0,09
Tchibo	100 SMS inkl., 0,06
Telekom	200 SMS inkl., 0,09
Vodafone	100 SMS inkl., 0,06
yourfone	200 SMS inkl., 0,09

Quelle: Homepage der Unternehmen;



Distribution

Servicecenter-Performance Telefon

Telefonanfragen

Anbieter	Erster Kontakt	Zeit in W schlei
congstar	Bandansage	0:20-4:32 Ø 2:30
discoTEL	persönlich	-
EDEKA mobil	Bandansage	0:20-4:32 Ø 2:30
FYVE	Bandansage	0:20-4:32 Ø 2:30
O2	persönlich	-

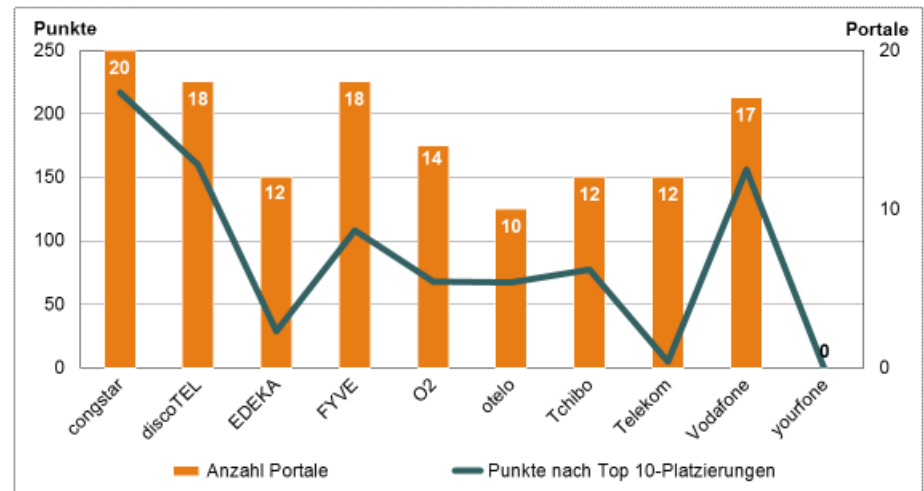
Welche Anbieter profilieren sich mit starker Vergleichsportalpräsenz?

Welche Anbieter überzeugen bei Kundenanfragen mit hoher Antwortqualität?

Distribution

Vergleichsportal-Marketing

Redaktionelle Platzierungen in Vergleichsportalen



Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse
Prepaidtarife 2017

122

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation Suchmaschinen-Marketing

Platzierungen in Suchmaschinen (Angabe in Anzahl Platzierungen)

Anbieter	bing.de			
	1	2	3	4
congstar		2		
discoTEL				
EDEKA mobil				
FYVE		2	1	
O2		2		
otelo				
Tchibo	1			
Telekom				
Vodafone		2	1	
yourfone		2		

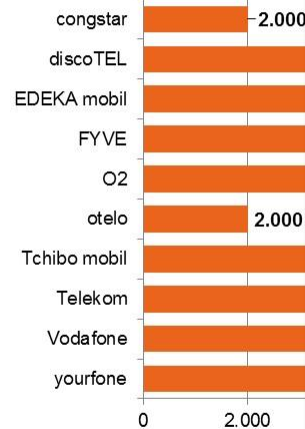
Quelle: research tools



Welche Präsenz zeigen die Anbieter in Suchmaschinen?

Kommunikation Werbung

Verteilung der Werbeausgaben für Prepaidtarife nach Anbieter von März 2016 bis Februar 2017
(Angaben in Tausend Euro)



Quelle: AdVision digital; Berechnungen durch research tools

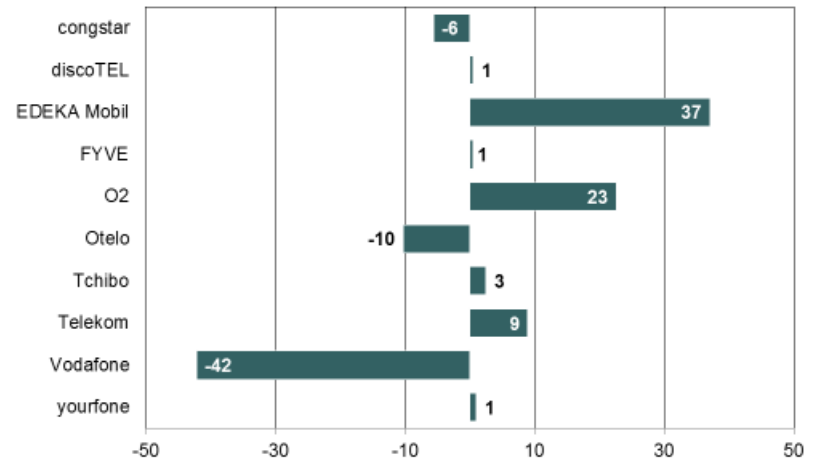


Welche Ausgaben für mediale Werbung tätigen die Unternehmen?

Kommunikation Public Relations

Presseeffizienz

(Berechnung: Anteil bei Presseartikeln minus Anteil bei Pressemitteilungen)



Quelle: Deutsche Tageszeitungen, Publikumszeitschriften und Fachzeitschriften, Website der Versicherungsgesellschaften



Marketing-Mix-Analyse
Prepaidtarife 2017

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation

Aktive und passive Medienpräsenz: Verteilung des Impacts betreffend Facebook, Google+, Twitter und YouTube sowie Anteile bei Pressemitteilungen und Presseresonanz (Angaben in Prozent)

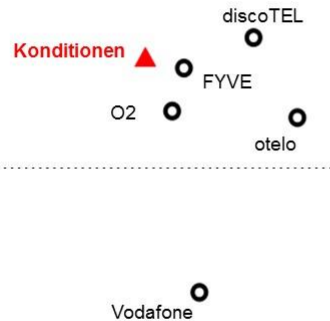
Anbieter	Faceb.	Google+	Twitter
congstar	20,0	20,0	40
discoTEL	40,0	20,0	
EDEKA mobil	-	20,0	20
FYVE	-	-	
O2	-	-	
otelo	20,0	20,0	
Tchibo	-	-	
Telekom	-	-	
Vodafone	-	-	
yourfone	20,0	20,0	40

Quelle: research tools; * Pressemitteilungen ** Presseartikel



Marketing-Similarity

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter

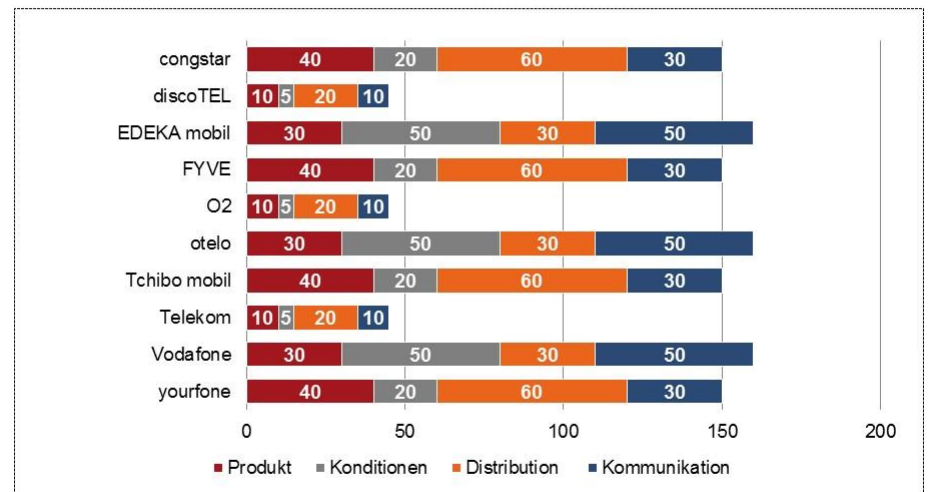


Welche Anbieter ähneln sich hinsichtlich ihrer Fokussierung auf einzelne Marketingbereiche?

Marketingranking

Marketing-Mix gesamt

Marketing-Mix-Efforts (Angaben in Prozent)



In welchen PR-Medien weisen die Anbieter Stärken auf?



Marketing-Mix Analyse
Prepaidtarife 2017

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

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 Prepaidtarife 2017.

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 Telekommunikation:

- Werbemarktanalyse Smartphones 2017
- Marketing-Mix-Analyse Smart Home 2016
- Studie eVisibility Telekommunikation 2016
- Vergleichsportal-Marketing Telekommunikation 2015
- E-Shop-Analyse Mobilfunk-Discounter 2014
- Marketing-Mix-Analyse Handy- und Tabletversicherung 2014

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Telekomm.branche erschienen seit 2014 zehn Studien. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen erschienen seit 2015 über 25 Studie.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Marketing-Mix-Analyse Prepaidtarife 2017