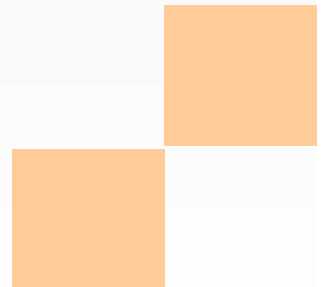


Finanzdienstleistung online:
Private Altersvorsorge
Studie zu Anbieterimages,
Kundentypen, Entscheidungsmotiven



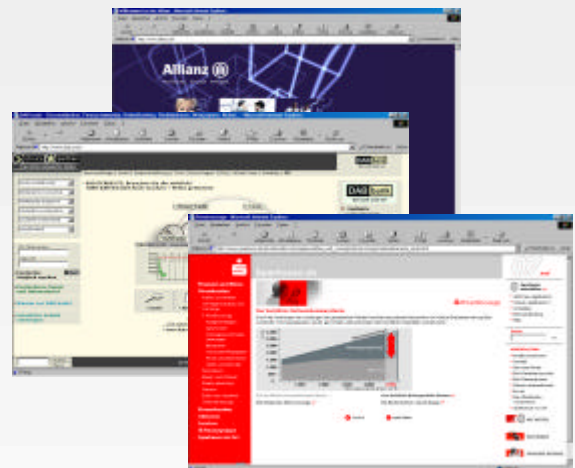
Private Altersvorsorge - wie entscheidet der Kunde?

Die Frage

Welche Motive steuern die Entscheidungsprozesse von Kunden im Internet? Mit diesem Problem beschäftigt sich die wissenschaftliche Untersuchung „Finanzdienstleistung online: Private Altersvorsorge“.

Die Studie

untersucht, unter welchen Voraussetzungen Kunden Finanzdienstleistungsangebote im Internet überhaupt sinnvoll nutzen können.



Das Ergebnis

zeigt, wie Banken, Versicherungen, Discountbroker und Finanzportale den Einsatz des Internets im Hinblick auf Marketing, Beratung und Vertrieb erfolgreich gestalten können.

Dramaturgie von Internetangeboten - Fehler vermeiden, Kunden überzeugen

Nur zwei

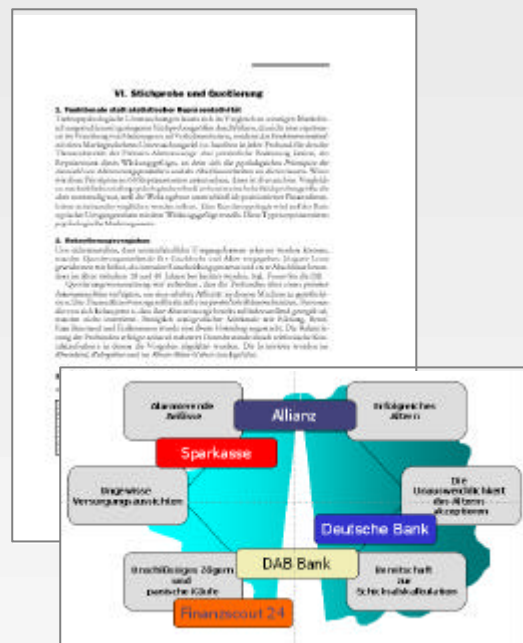
der untersuchten Anbieter gelang mit ihrem Internetangebot ein erfolgreicher Dialog, die anderen Anbieter zielten mit ihrer Ansprache an den Bedürfnissen der Kunden vorbei.

Lernen

Sie die Wirkungsmechanismen zwischen Anbieterimages und Kundenverhalten kennen.

Die Resultate

der Untersuchung lassen sich in dramaturgische Regeln für Websites übersetzen, die Unternehmen zur Überwindung der psychologischen Barrieren ihrer potentiellen Kunden anbieten sollen.



Aus dem Inhalt

- Executive Summary
- Finanzdienstleistungen und das Internet
- Methodische Durchführung
- Ergebnisse
- Analyse - Motivationen u. Hemmungen bei der Privaten Altersvorsorge
- Kundentypologie
- Rezeptionsanalysen
- Deutsche Bank24
- Sparkasse
- Allianz
- DAB-Bank
- Finanzscout24
- Folgerungen und Empfehlungen
- Musterdramaturgie
- Interview-Leitfaden

Wer profitiert

von dieser Studie?

Die Publikation wendet sich an Marketingverantwortliche von Finanzdienstleistern, Banken, Versicherungen und an Unternehmensberatungen sowie Werbeagenturen.



Bibliographische Angaben:

Finanzdienstleistung online:
Private Altersvorsorge
Studie zu Anbieterimages,
Kundentypen,
Entscheidungsmotiven

Rainer Halbach, Matthias Kessler
Symposion Publishing 2002
128 Seiten,
ISBN: 3-933814-99-5

Preis: Euro 990,-

www.symposion.de

Die Autoren

Die Autoren der Studie, Rainer Halbach, Psychologe und Matthias Kessler, Kommunikationswissenschaftler sind Inhaber von Sitescreen, eines psychologisch orientierten Marktforschungsinstitutes. Sitescreen hat sich auf die Untersuchung von Websites und internetbasierten Kommunikationsformen spezialisiert.

Sie sind schwerpunktmäßig in den Branchen Automobil, Gesundheit und Finanzen tätig. Referenzprojekte umfassen u.a. die Adam Opel AG, Merz + Co., Axel Springer Verlag AG, DGB-Bildungswerk, Dräger Electronic Business Portals GmbH, Paul Hartmann AG, BKK-Nord und die Allgemeine Kreditversicherung AG.

Fax-Bestellformular

Bitte ausfüllen und faxen an

symposion'

Symposion Publishing
Werdener Str. 4
40227 Düsseldorf
Tel. 0211 866 93 0

Fax Nr. 0211/866 93 23

Ich bestelle die Studie:

Finanzdienstleistung online: Private Altersvorsorge
Studie zu Anbieterimages, Kundentypen, Entscheidungsmotiven
zum Preis von 990,- EUR (incl. MwSt und Versandkosten)

Lieferadresse:

Datum

Unterschrift

