

Nichts gefunden oder Infos verpasst?



Marketing und Vertrieb von Krankenkassen: Bleiben Sie auf dem aktuellen Stand!

- » Bibago informiert Sie regelmäßig über die wichtigsten Fachartikel, Studien, Bücher und Presseartikel zum Marketing und Vertrieb von Krankenkassen.
- » In unserem Themencenter finden Sie eine Vielzahl von Literaturtipps und Informationsmaterialien – vieles davon zum kostenfreien Download.
- » E-Mail-Flut? Nicht bei uns! Sie wählen, wie oft wir Sie über neue Beiträge informieren: täglich, wöchentlich, monatlich oder erst beim nächsten Login.
- » Lust mitzumachen? Dann los! Stellen Sie auf Bibago Ihre eigenen Publikationen vor und teilen Sie Literaturtipps mit anderen.

www.bibago.de/gkv-marketing

Bibago®
Wir verbreiten Wissen

Bibago - Jetzt mitmachen!

**Schon über 100
Literaturtipps!**

So geht´s: Ihr kostenfreier Infodienst zum Marketing und Vertrieb von Krankenkassen

Themencenter: Marketing und Vertrieb in der gesetzlichen Krankenversicherung

The screenshot shows the Bibago website interface. At the top, there's a search bar and navigation links. The main content area features a 'GKV Marketing' section with a blue header and a list of articles. A red callout box highlights the 'Neuigkeiten aus diesem Themencenter erhalten' section, which contains an email input field with the placeholder 'max@mustermann.de' and social media sharing buttons for Facebook, Twitter, and Google+.

1. E-Mail-Adresse eintragen.
2. Benachrichtigungsfrequenz auswählen (täglich, wöchentlich, monatlich).
3. Klick auf Aktivierungslink (kommt per E-Mail).
4. Fertig!

www.bibago.de/gkv-marketing

Bibago[®]
Wir verbreiten Wissen

Versandkostenfreie Bestellung

Das Buch kann versandkostenfrei zum Preis von 49,80 Euro gegen Rechnung bestellt werden.

Bitte schreiben Sie hierzu eine E-Mail mit der Lieferanschrift und der Anzahl der gewünschten Exemplare an:

bestellung@gkv-marketing.de

Leseprobe

Eine Leseprobe der Studie finden Sie im Internet unter:

www.gkv-marketing.de



Kontakt

Dr. Guido W. Weber
Kirchgasse 2
D-72070 Tübingen

weber@gkv-marketing.de
www.gkv-marketing.de

Neue Studie

Marketing in der gesetzlichen Krankenversicherung

Kundenbindung in einem regulierten Wettbewerb

Arzt Patient Apotheke
Heilung Vorsorge GKV Therapie
Gesundheit
Krankenkasse
Medikamente Forschung
Budget Krankenhaus PKV

Marketing in der gesetzlichen Krankenversicherung

Kundenbindung in einem regulierten Wettbewerb

Dr. rer. pol. Guido W. Weber

Shaker Verlag 2012
Reihe: Gesundheitsökonomie

346 Seiten, 80 Abbildungen
hochwertiger Paperback-Einband
Format: B5 (17,6 x 25 cm)

Preis: 49,80 Euro



Inhalt

Mit der Einführung der freien Kassenwahl im Jahr 1996 ist ein neuer Wettbewerb in der gesetzlichen Krankenversicherung (GKV) entstanden. Die Versicherten entscheiden seither, ob sie bei ihrer Krankenkasse bleiben oder diese wechseln. Die Kundenbindung bei Krankenkassen gewinnt hierdurch an Bedeutung.

Dr. Guido W. Weber untersucht, welche Faktoren die Kundenbindung in der gesetzlichen Krankenversicherung bestimmen und wie die Versicherten auf spezielle Marketing-Instrumente von Krankenkassen reagieren. Auf Basis einer theoretischen und empirischen Analyse werden neue Erkenntnisse zur Kundenbindung bei Krankenkassen und zu den Präferenzen von gesetzlich Versicherten gewonnen.

Stand der Forschung zum Konsumentenverhalten in der GKV

Die Untersuchung gibt einen umfassenden Überblick aller relevanten Studien zum Konsumentenverhalten in der gesetzlichen Krankenversicherung von Beginn der Wahlfreiheit im Jahr 1996 bis zum Jahr 2011.

Einflussfaktoren der Kundenbindung bei Krankenkassen

Was versteht man unter der Kundenzufriedenheit, dem Kundenvertrauen, der Attraktivität von Alternativen, dem Wechselrisiko und den Wechselkosten?

Welchen Einfluss haben diese Faktoren auf die Bindung von gesetzlich Versicherten?

Versichertenpräferenzen richtig messen

Wie lässt sich die Wichtigkeit der Marketing-Instrumente von Krankenkassen zuverlässig bestimmen und wo liegen die Schwächen früherer Studien?

Bedeutung ausgewählter Marketing-Instrumente von Krankenkassen

Welchen Einfluss haben unterschiedliche Marketing-Instrumente auf die Zufriedenheit von GKV-Kunden? Welche dieser Instrumente sind Basis-, Leistungs- und Begeisterungsfaktoren?

Folgende Merkmale und Angebote von Krankenkassen wurden untersucht:

- Zusatzbeiträge
- Interaktion mit den Kassenmitarbeitern
- Kulanz
- Hilfe und Beratung im Krankheitsfall
- Geschäftsstelle in der Nähe
- Bonusprogramme
- Bereitstellung von Gesundheitsinformationen
- Kostenübernahme von Gesundheitskursen
- Wahltarife
- Angebote zur Früherkennung
- Versorgungs- und Betreuungsprogramme
- Zusatzleistungen
- Freie Arzneimittelwahl (Rabattverträge)

Befragung von über 4.000 Versicherten

Die Untersuchungsergebnisse basieren auf der Befragung von rund 4.200 gesetzlich Versicherten von zehn Krankenkassen. Zwei der teilnehmenden Krankenkassen mussten zum Zeitpunkt der Befragung einen Zusatzbeitrag erheben.