



Kundenurteil: Fairness von Cashback-Portalen 2019

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen
für 12 Cashback-Portale



Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

Studiensteckbrief

| | |
|--------------------------|--|
| Studienkonzept | FOCUS-MONEY und ServiceValue GmbH |
| Erhebungsmethode | Online-Befragung |
| Erhebungszeitraum | März 2019 |
| Stichprobe | 1.021 Urteile von 738 Befragten, die in den letzten 12 Monaten Cashback-Portale genutzt haben |
| Auswertung | <p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p><u>Detailergebnisse für 12 Cashback-Portale</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Aklamio• Andasa• CasbackDeals• CashSparen• GETMORE• iGraal• link-o-mat• Prozenthaus24• Qassa• Questler• Shoop• Tamola |
| Gesamtumfang | 154 Seiten Chart-Berichtsband (PDF) |

Studiendesign (I)

| | |
|----------------------------------|--|
| Gesamtaussagen | <ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Mitgliederorientierung • Ruf und Image |
| Kundenbindung | <ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlung |
| Faires Leistungsangebot | <ul style="list-style-type: none"> • Leistungsqualität • Anbietersauswahl • Unkompliziertes Tracking • Aktionen • Zuverlässigkeit der Erfassung • Seriosität • Auszahlungsmethoden |
| Faire Kundenkommunikation | <ul style="list-style-type: none"> • Verlässlichkeit von Aussagen • Angemessener Informationsumfang • Erreichbarkeit von Mitarbeitern • Übersichtlichkeit des Internetauftritts • Mobile Nutzbarkeit • Datenschutz |

Studiendesign (II)

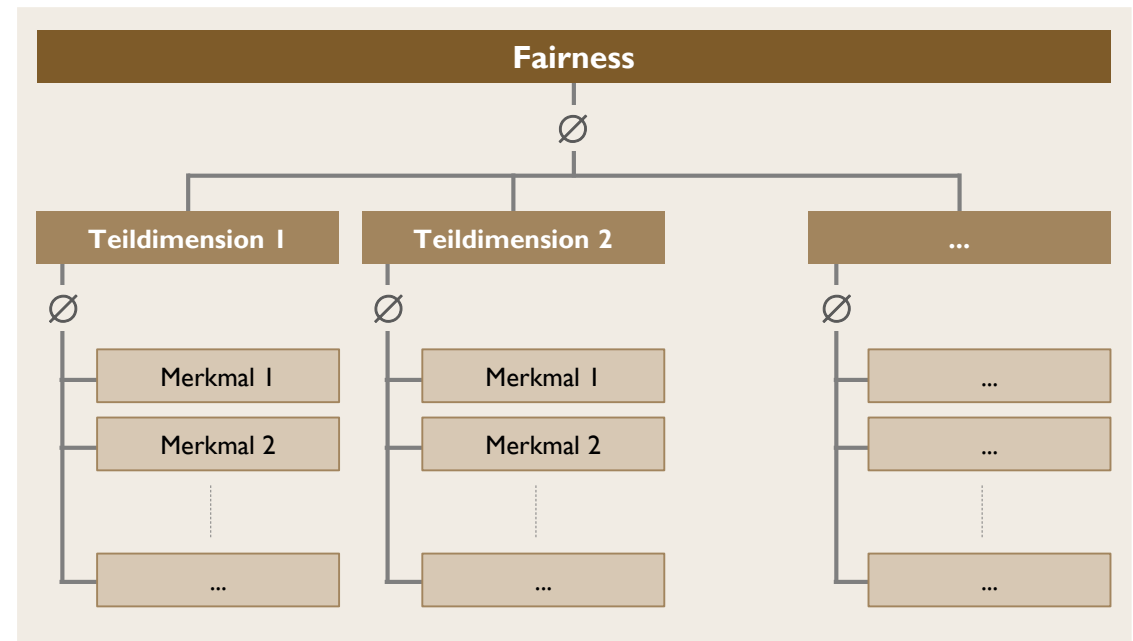
| | |
|-----------------------------|--|
| Fairer Kundenservice | <ul style="list-style-type: none">• Zusatzleistungen• Kompetenz des Kundenservice• Reaktion bei Problemen• Freundlichkeit der Mitarbeiter• Nachbuchungsanträge |
| Faire Vergütung | <ul style="list-style-type: none">• Cashbackrate• Transparenz der Vergütung• Zuverlässigkeit der Auszahlung• Mindestauszahlungshöhe• Schnelligkeit von Gutschriften/Auszahlungen• Kombinationsfähigkeit• Statusupdates• Nachvollziehbare Ablehnungsgründe |

Berechnungsmodell des Fairness-Rankings

Der Überbegriff „Fairness“ ist ein subjektives Konstrukt. Um dieses messbar zu machen, werden zunächst verschiedene Teildimensionen der Fairness bestimmt. Jede Teildimension selbst besteht aus mehreren konkreten Service- und Leistungsmerkmalen, die durch die Kunden bewertet werden.

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Service- und Leistungsmerkmalen (Bewertungskriterien).

Für die Auszeichnung auf Gesamtebene sowie auf den Teildimensionen gilt: Ein „gut“ erhalten alle Unternehmen, die einen überdurchschnittlichen Wert erzielt haben. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.



Teildimensionen der Fairness von Cashback-Portalen

Fairness

Faires Leistungsangebot

- Leistungsqualität
- Anbietersauswahl
- Unkompliziertes Tracking
- Aktionen
- Zuverlässigkeit der Erfassung
- Seriosität
- Zahlungsmethoden

Faire Kundenkommunikation

- Verlässlichkeit von Aussagen
- Angemessener Informationsumfang
- Erreichbarkeit von Mitarbeitern
- Übersichtlichkeit des Internetauftritts
- Mobile Nutzbarkeit
- Datenschutz

Fairer Kundenservice

- Zusatzleistungen
- Kompetenz des Kundenservice
- Reaktion bei Problemen
- Freundlichkeit der Mitarbeiter
- Nachbuchungsanträge

Faire Vergütung

- Cashbackrate
- Transparenz der Vergütung
- Zuverlässigkeit der Auszahlung
- Mindestauszahlungshöhe
- Schnelligkeit von Gutschriften/Auszahlungen
- Kombinationsfähigkeit
- Statusupdates
- Nachvollziehbare Ablehnungsgründe

FOCUS-MONEY Mitgliederurteil: Faires Cashback-Portal (I)

| FAIRNESS | |
|----------|----------------|
| sehr gut | Qassa |
| sehr gut | Questler |
| sehr gut | Shoop |
| gut | CasbackDeals |
| gut | CashSparen |
| gut | iGraal |
| | Aklamio |
| | Andasa |
| | GETMORE |
| | link-o-mat |
| | Prozenthhaus24 |
| | Tamola |

| Faires Leistungsangebot | |
|-------------------------|----------------|
| sehr gut | iGraal |
| sehr gut | Questler |
| sehr gut | Shoop |
| gut | Andasa |
| gut | CasbackDeals |
| gut | CashSparen |
| gut | Qassa |
| | Aklamio |
| | GETMORE |
| | link-o-mat |
| | Prozenthhaus24 |
| | Tamola |

| Faire Kundenkommunikation | |
|---------------------------|----------------|
| sehr gut | Qassa |
| sehr gut | Questler |
| sehr gut | Shoop |
| gut | CashSparen |
| gut | iGraal |
| | Aklamio |
| | Andasa |
| | CasbackDeals |
| | GETMORE |
| | link-o-mat |
| | Prozenthhaus24 |
| | Tamola |

Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

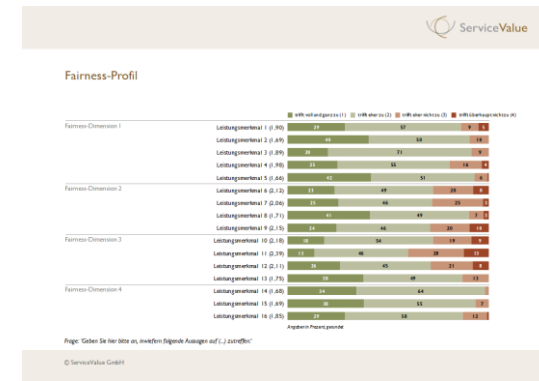
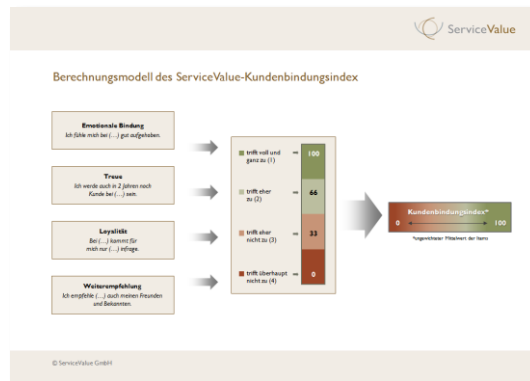
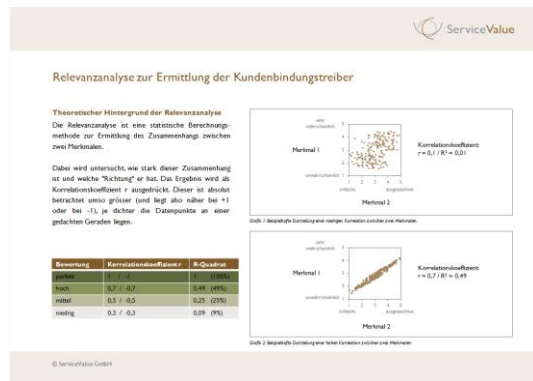
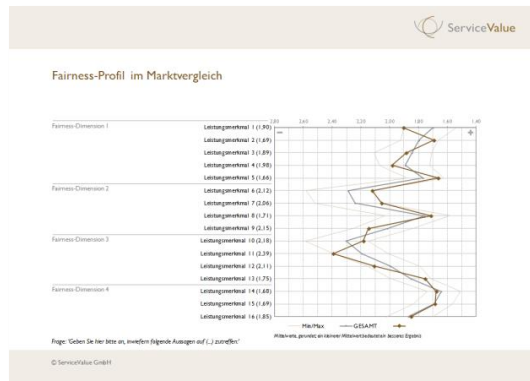
FOCUS-MONEY Mitgliederurteil: Faires Cashback-Portal (II)

| Fairer Kundenservice | |
|----------------------|---------------|
| sehr gut | Qassa |
| sehr gut | Questler |
| sehr gut | Tamola |
| gut | CasbackDeals |
| gut | CashSparen |
| gut | Shoop |
| | Aklamio |
| | Andasa |
| | GETMORE |
| | iGraal |
| | link-o-mat |
| | Prozenthaus24 |

| Faire Vergütung | |
|-----------------|---------------|
| sehr gut | CashSparen |
| sehr gut | Questler |
| sehr gut | Shoop |
| gut | CasbackDeals |
| gut | GETMORE |
| gut | iGraal |
| gut | Qassa |
| | Aklamio |
| | Andasa |
| | link-o-mat |
| | Prozenthaus24 |
| | Tamola |

Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



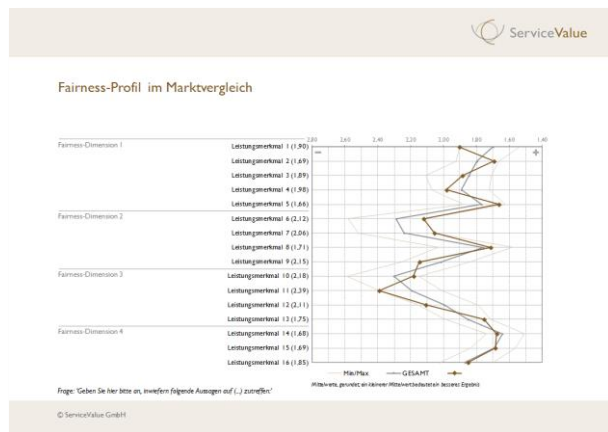
Anonymisierte Musterfolien

... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)



- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Serviceprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

Ihre Fragen – unsere Antworten (II)



- Welcher Wettbewerber schneidet bei welchem Leistungsmerkmal besser oder schlechter ab?
- ⇒ Darstellung aller Leistungsmerkmale mit Ranking der Anbieter



- Welche Leistungen haben die höchste Bedeutung für die Kundenbindung?
- ⇒ Kundenbindung als Key Performance Indicator der Dimensionen Emotionale Bindung, Treue, Loyalität und Weiterempfehlung
- ⇒ Relevanzanalytische Berechnung und Darstellung für jeden Anbieter

Studienbestellung per E-Mail an Bestellung@ServiceValue.de oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

Bestellung

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Cashback-Portalen 2019“ (Einzelexemplar, 154 Seiten, PDF)
zum Preis von 3.900,- € netto
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei (PPT)
zum Preis von 2.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- Vorteilsangebot**
Benchmarkstudie „Kundenurteil: Fairness von Cashback-Portalen 2019“ (Einzelexemplar, 154 Seiten, PDF)
und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch vor Ort zum Preis von 5.800,- € netto, zzgl. anfallender Reisekosten

Kontaktdaten (Versand- sowie Rechnungsadresse)

Unternehmen

Name, Vorname

Abteilung / Position

E-Mail (wichtig für den Versand der Dateien)

Telefon

Telefax

Adresse (Str. / PLZ / Ort)

Rechnungsanschrift (wenn abweichend von Adresse)

Ihre Auftragsnummer, Kostenstelle (zur Rechnungs-Ergänzung)

Ort, Datum

Unterschrift

Stempel

Impressum

Herausgeber

ServiceValue GmbH

Dürener Str. 34I
50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 - 99

www.ServiceValue.de

Info@ServiceValue.de

Disclaimer: Die ServiceValue GmbH macht darauf aufmerksam, dass die Ergebnisse der Studie mit höchster Sorgfalt auf der Basis von Kundenäußerungen ermittelt wurden. Dennoch sind die Ergebnisse keine unumstößliche Tatsache oder sollten als alleinige Empfehlung verstanden werden, einzelne Geschäftsaktivitäten zu initiieren oder aufzugeben.

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile urheberrechtlich geschützt. Eine Weitergabe an Dritte, z.B. eine Tochtergesellschaft, oder mit dem Studienbezieher in wirtschaftlicher Beziehung stehende Dritte, ist nicht gestattet. Verwertungen, die nicht ausdrücklich gemäß den Bestimmungen des Urheberrechts zugelassen sind, bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Herausgeber. Insbesondere gilt dies für Bearbeitungen, Vervielfältigungen, Übersetzungen, die elektronische Speicherung und Verarbeitung sowie die Verwendung im Rahmen von Unternehmensanalysen und -bewertungen (Ratings/Zertifizierungen) oder Beratungsleistungen durch Dritte, die nicht der ServiceValue GmbH oder mit ihr verbundenen Unternehmen angehören.

Titelbild: © dobrinya – Fotolia.com / gustavofrazao – Stock.adobe.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341

50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 – 99

Info@ServiceValue.de

www.ServiceValue.de