# Kommunikationsanalyse für das internationale Gebrauchtwagen-Management eines Automobilkonzerns.

| Ausgangslage | Projektauftrag | Vorgehen | Ergebnisse |
|---|---|---|---|
| ▪ Markenpositionierung im Gebrauchtwagen-bereich ist nicht eindeutig definiert<br>▪ Händler- und Herstellerkommunikation weichen stark voneinander ab | ▪ Erstellung einer Benchmark-Analyse für die Gebrauchtwagen-Kommunikation von sieben Kernwettbewerbern in vier Ländern | ▪ Kommunikations-audit<br>- Analyse des Status quo<br>- Media Daten<br>▪ Kommunikationsanalyse<br>- Bewertungskriterien<br>- Strukturierung<br>- Dokumentation<br>▪ Kommunikations-bewertung pro Marke<br>- Wettbewerbsvergleich<br>- Best Practices<br>- Dokumentation | ▪ Darstellung der Formen und Inhalte der Gebrauchtwagen-Kommunikation der relevanten Wettbewerber<br>▪ Topline Summary der Kommunikationsanalyse je Wettbewerber inkl. einer Kommunikations-bewertung |