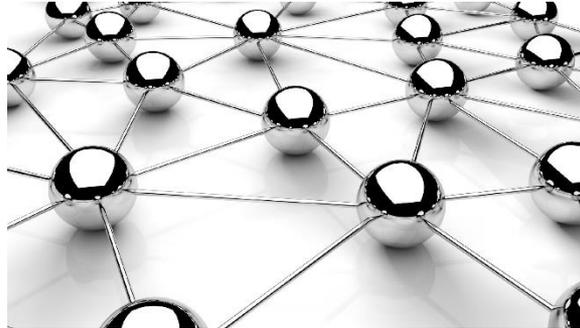


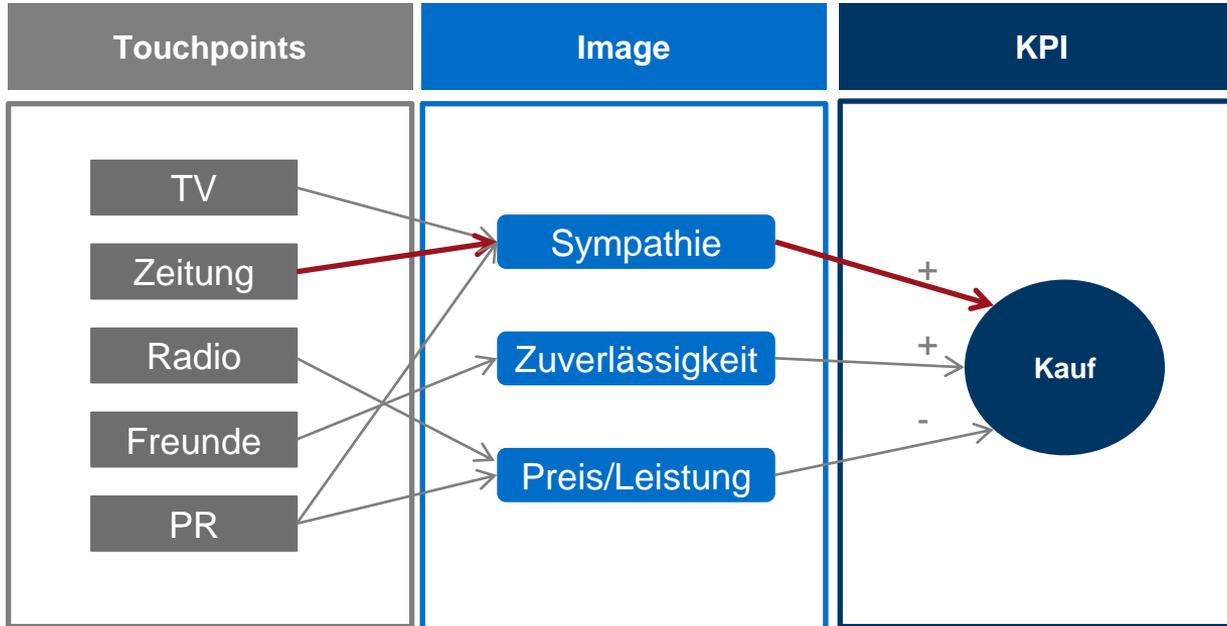


mehrsehen<sup>o</sup>  
Analyse und Beratung



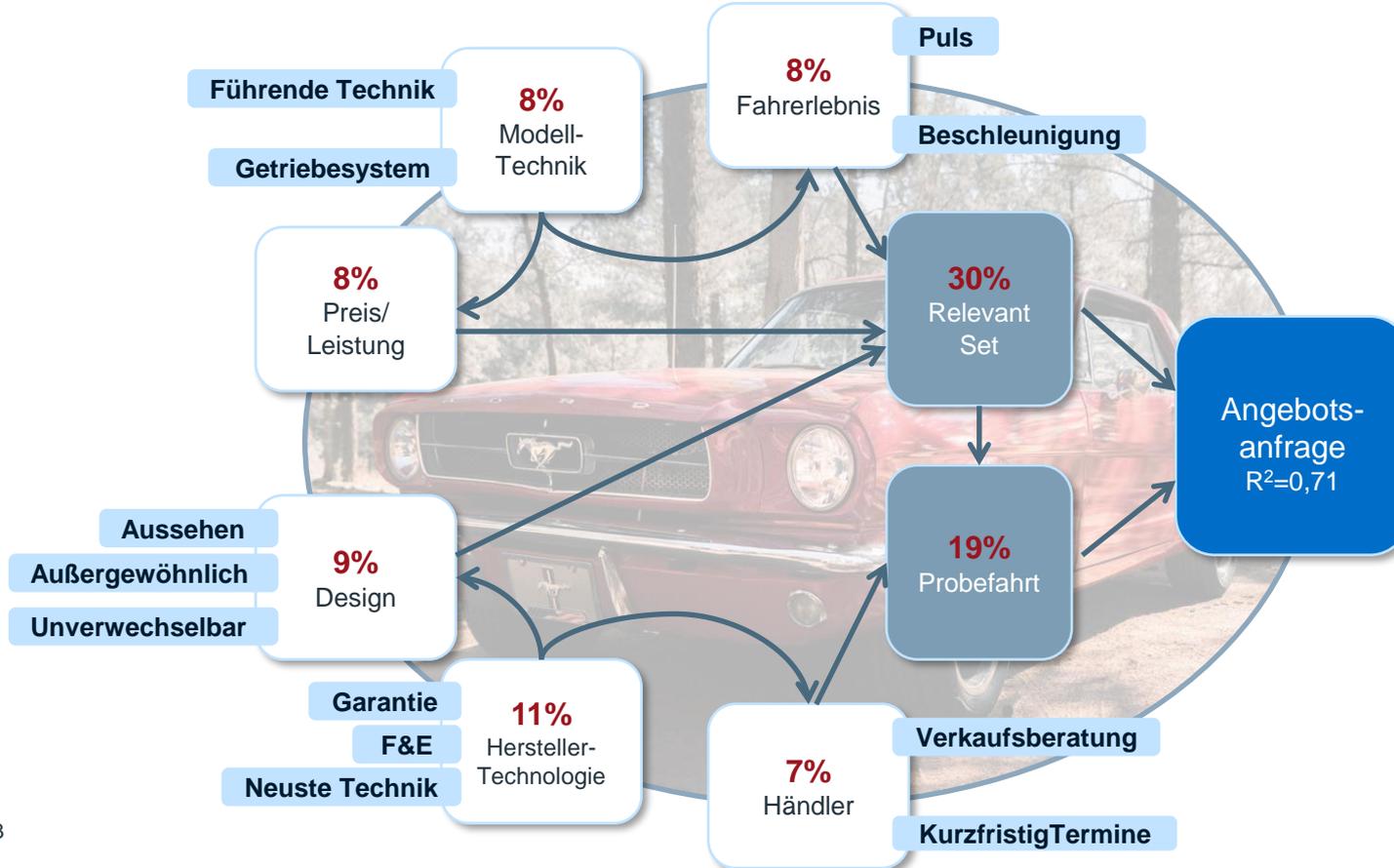
**Markenidentitäts-Analyse**

# Was ist ein Markenidentitäts-Analyse?

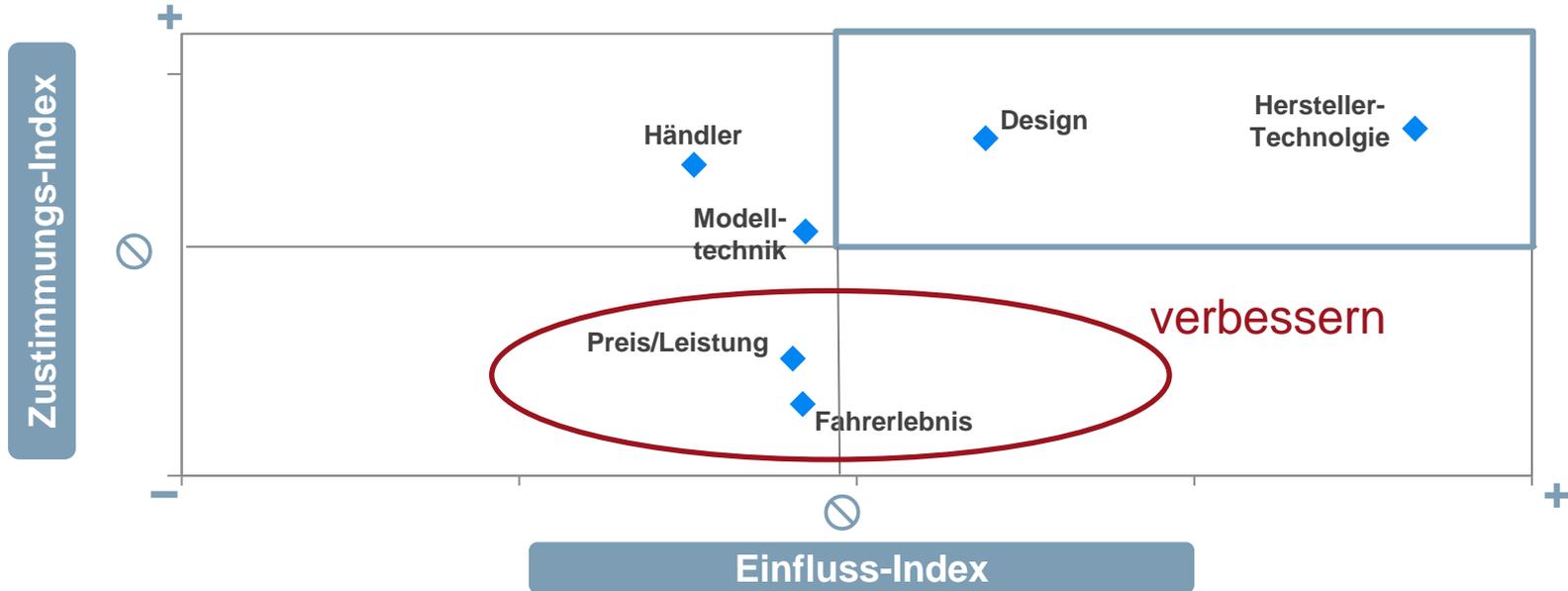


**Analyse der Ursache und Wirkung zwischen Touchpoints, Marken-Images und KPI mit Hilfe eines Strukturgleichungsmodells basierend auf einer Online-Befragung von Kunden oder Nichtkunden.**

# Beispiel Automarke (nicht Ford Mustang): Einfluss der Markenfacetten auf die Angebotsanfrage



# Beispiel Automarke: Strategische Ausrichtung der Kommunikation verbessern



# Einfluss der Touchpoints auf die Markenfacette der Automarke

	Internet	Autohaus	TZ	TV	Radio	PZ	Händlerwerbung	Straßenverkehr	Empfehlung	Mitfahren	Plakat	Händlergespräch	Auto-Portal	Youtube	Foren/Blogs	Print PR
Design	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Modell-technik	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Händler	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Fahrerlebnis	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Hersteller-Technologie	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	-	-
Preis/Leistung	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	-
<b>Touchpoint-wirkung in %</b>	<b>21</b>	<b>19</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>-3</b>	<b>-6</b>

# Projekttablauf

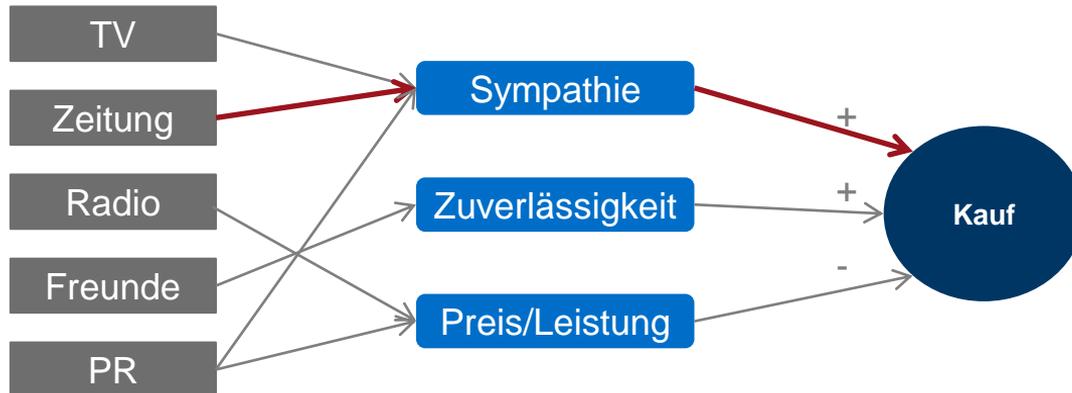
## Step 1 – Markenworkshop

Bestimmung der KPI  
Erarbeitung der Markenfacetten  
Sammlung der Touchpoints  
Zielgruppendefinierung  
Fragebogenerstellung

## Step 2 – Online-Befragung

Quoten  
Fallzahl  
Feldzeit  
Fragebogenlänge

## Step 3 – Analyse und Ergebnisdarstellung





## **Ansprechpartner:**

Dirk Kelzenberg

0221 168 985 38

[dirk.kelzenberg@mehrsehen.eu](mailto:dirk.kelzenberg@mehrsehen.eu)

[www.mehrsehen.eu](http://www.mehrsehen.eu)

