

+++ **Luxus:** Aston Martin, Ferrari, Lamborghini, Porsche, Rolls Royce +++ **Amerikanische Hersteller:** Chevrolet, Chrysler, Ford, General Motors, Jeep +++ **Asiatische Hersteller:** Hyundai, Kia, Mazda, Nissan, Toyota +++ **Europäische Hersteller:** Citroën, Fiat, Land Rover, Opel, Volvo +++ **Premium:** Audi, BMW, Cadillac, Lexus, Mercedes Benz +++++



Google+

Studiensteckbrief

Studie Google+ für Automobilmarken 2013

Eine Benchmarking-Analyse für 25 Marken

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Mai 2013



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Studiensteckbrief
Studie Google+ für Automobilmarken 2013
Eine Benchmarking-Analyse für 25 Marken

Informationen zur Studie (1)

Key facts (Auswahl):

- Die Unternehmen nutzen die Möglichkeiten von Google + in unterschiedlicher Intensität und Häufigkeit.
- Bei fast allen Profilen der analysierten 25 Autohersteller sind alle vier Haupttreiber (Beiträge, Info, Foto, Video) grundsätzlich in Betrieb, werden aber sehr unterschiedlich genutzt.
- Der Aktivitätsindex pro Monat der unterschiedlichen Autohersteller weist eine große Spannweite auf. So weist der beste Hersteller eine drei Mal so hohe zusammengefasste Aktivität von Beiträgen, Kommentierungen, Empfehlungen und Teilen auf, wie der Nächstplatzierte.
- Der Sieger des Ranking erzielt 70,8% der möglichen Punkte. Damit verzeichnet selbst die bestplatzierte PKW-Marke noch Optimierungspotenzial.
- Die bestplatzierte amerikanische Marke belegt Rang 5 im Ranking.

Informationen zur Studie (2)

Sie möchten wissen:

- Welchen Aktivitätsindex weisen einzelne Automobilhersteller auf Google+ auf?
- Wie hoch ist die Interaktionsquote?
- Welche gestalten die Unternehmen ihre Profile?
- Welche Tonalität weisen die Beiträge auf?
- Welche Themen überwiegen auf den einzelnen Seiten?
- Auf welche Postings reagieren die Netzwerkmitglieder am stärksten?
- Wie hoch ist der durchschnittliche Kreiszuwachs?
- Welchen Platz im Ranking nehmen die einzelnen Unternehmen ein?

Forschungsdesign:

Die vorliegende Studie basiert auf Daten, die von research tools auf der Social Media Plattform Google+ erhoben wurden. Die Google+ Präsenz der jeweils fünf Unternehmen aus fünf verschiedenen Automobilherstellerklassen wurde im Hinblick auf den Beginn der Präsenz, die Profilgestaltung, die Nutzung der Seite, Aktivitätsniveau der Unternehmen und Fans sowie die Tonalität der Beiträge analysiert und bewertet. Dabei handelt es sich um folgende analysierte Profile:

Informationen zur Studie (3)

Die analysierten Profile

Luxus	Amerikanische Hersteller	Asiatische Hersteller	Europäische Hersteller	Premium
Aston Martin	Chevrolet	Hyundai	Citroën	Audi
Ferrari	Chrysler	Kia	Fiat	BMW
Lamborghini	Ford	Mazda	Land Rover	Cadillac
Porsche	General Motors	Nissan	Opel	Lexus
Rolls Royce	Jeep	Toyota	Volvo	Mercedes-Benz

Quelle: Profilsseiten auf Google+, zusammengestellt durch research tools

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Zentrale Kennzahlen	17
Startdatum, Aktivitätszeitraum, „in den Kreisen von anderen“, „In den Kreisen v. anderen“/ Aktivitätszeitraum, Seite +1, Aktivitätsindex	
➤ Profil	25
Funktionen auf den Profildseiten, Analyse der Selbstbeschreibung	
➤ Freunde	37
„in den Kreisen von anderen“, „In den eigenen Kreisen“, „in den Kreisen von anderen“/Aktivitätszeitraum, Verhältnis „in Kreisen von anderen“/ „in den eigenen Kreisen“, Durchschnittlicher Kreiszuwachs	
➤ Interaktion	54
Aktivitätsindex der Unternehmen, Aktivität der Freunde, Interaktionsquote	
➤ Inhalte	72
Marketingthemen, Gesprächsthemen, Tonalität	
➤ Stärken und Schwächen der einzelnen Unternehmen	125
➤ Ranking	151
➤ Kontakt	178



Beispielseiten (1)

Zentrale Kennzahlen

Zentrale Kennzahlen- Premium

Unternehmen	Startdatum	Präsenzdauer in	Seiten	In den Kreisen	Durchsch
Audi	07.11.1910				
BMW	01.04.1966				
Cadillac	24.12.1978				
Lexus	08.11.1999				
Mercedes-Benz	08.11.2001				

Quelle: Profilseiten auf Google+, Stand 15.11.2012



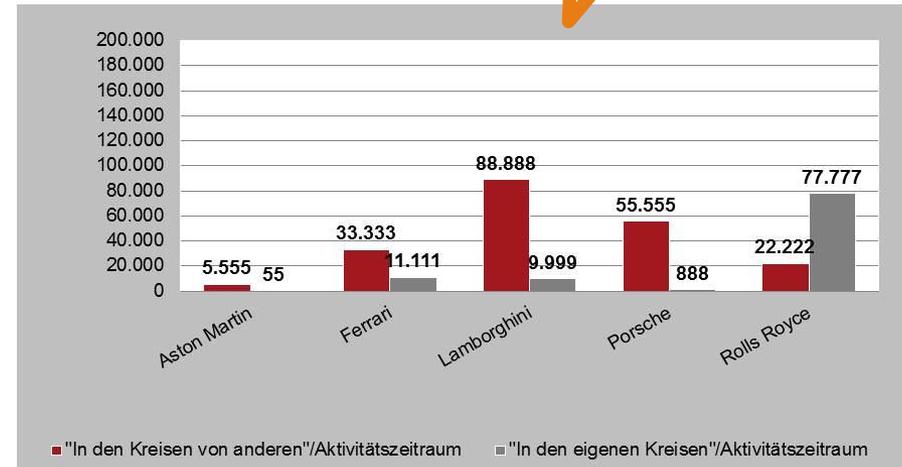
Profil

Reiter auf den Profilseiten- Amerikanische Hersteller

Unternehmen	Beiträge
Chevrolet	-
Chrysler	x
Ford	x
General Motors	-
Jeep	x

Freunde

Durchschnittlicher Kreiszuwachs- Luxus



Quelle: Profilseiten auf google+, Berechnungen durch research tools (Stand 15.11.2012)



Google+ für Automobilmarken 2013
Eine Benchmarking-Analyse für 25 Marken

Wie hoch ist der durchschnittliche Kreiszuwachs innerhalb der Herstellergruppe?

Welche Art von Daten wird auf dem Profil bereit gestellt?

Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (2)

Interaktion

Aktivität der Unternehmen- Asiatische Hersteller

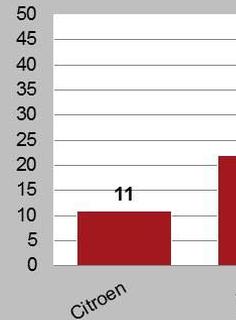
Unternehmen	Posting
Hyundai	111
Kia	444
Mazda	777
Nissan	888
Toyota	555

Quelle: Profiseiten auf google+



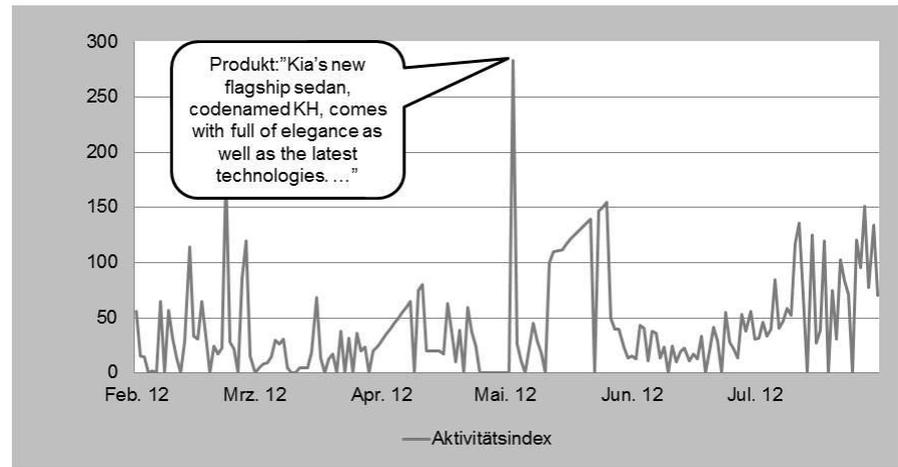
Interaktion

Interaktionsquote- Europäische Hersteller



Inhalte

Gesprächsthemen- Kia



Quelle: Profiseiten auf google+, Berechnungen durch research tools (Stand 15.11.2012)



Google+ für Automobilmarken 2013
Eine Benchmarking-Analyse für 25 Marken

Wie hoch ist die Interaktionsquote im Vergleich der Herstellergruppen?

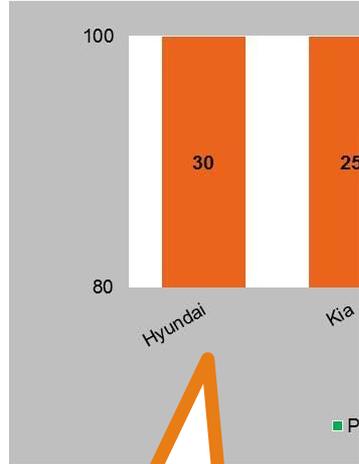
Welche Themen beeinflussen den Aktivitätsindex?

Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (3)

Inhalte

Tonalität der Fanbeiträge- **Asiatische Hersteller** (Angaben in %)



Quelle: Profilsseiten auf Google+, Berechnungen durch research tools



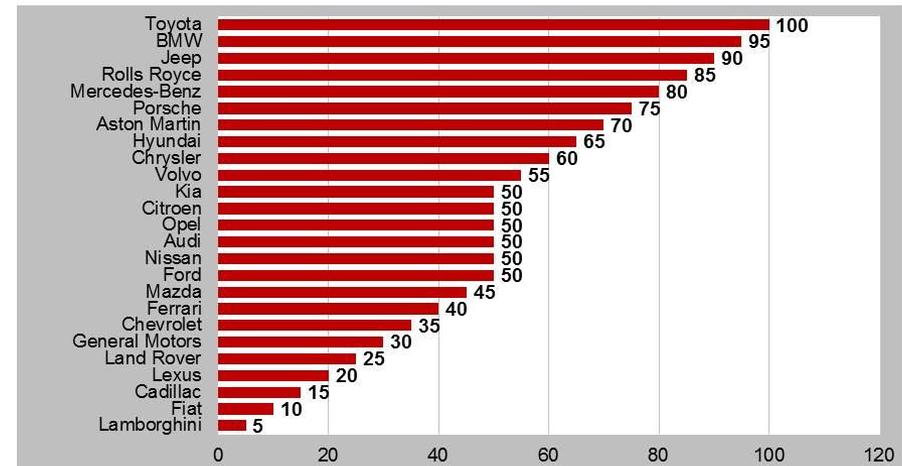
Stärken und Schwächen der Unternehmen

Ferrari

- Aktivität in Monaten (gerundet)
- „In den eigenen Kreisen“
- „In den Kreisen von anderen“
- Empfehlungen der Seite +1
- „In den eigenen Kreisen“/Aktivitätszeitraum
- „In den Kreisen v. anderen“/Aktivitätszeitraum
- Durchschnittl. monatlicher Aktivitätszeitraum
- Vollständigkeit der Selbstdarstellung
- Funktionen auf den Profilsseiten in %
- Interaktionsquote in %
- Marketingziel in %
- Anteil positiver Feedbacks in %

Ranking

Google+ - Ranking (Angaben in % max. möglicher Punkte)



Quelle: Profilsseiten auf Google+, Berechnungen durch research tools (Stand 15.11.2012)



Google+ für Automobilmarken 2013
Eine Benchmarking-Analyse für 25 Marken

Welche Stärken und Schwächen im Profil lassen sich zusammenfassend aufzeigen?

Welche Tonalität haben Fanbeiträge: positiv, neutral oder negativ?

Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Bestellformular

FAX: +49 (0)711 - 55090384

Auftragnehmer:

research tools

Herrn Dipl.-Kfm. Uwe Matzner, Marktforscher BVM

Wäldenbronner Straße 2

73732 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 1.800 EUR zzgl. MwSt. die Studie Google+ für Automobilmarken 2013.

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Unterschrift:

Datum/Ort:

Kontakt

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer, Diplom-Kaufmann,
Marktforscher BVM, Lehrbeauftragter für Marktforschung
Tel. +49 711 55090381, Fax +49 711 55090384,
E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools

Wäldenbronner Straße 2, 73732 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.

Weitere Marktstudien:

- Studie Unternehmensprofile Kraftstoffmarken 2013 (Mai 2013)
- Studie Banken auf Facebook (August 2012)
- Studie Versicherungen auf Facebook (August 2012)
- Studie Google+ für Dienstleister (Juli 2012)
- Studie Facebook Online-Games (Juni 2012)