Positionierungskonzept im LKW-Bereich zur Spezifizierung auf Länder-/ Produktebene.

Ausgangslage	Projektauftrag	Vorgehen	Ergebnisse
▪ Gap zwischen aktuellem Erleben und traditionellem Image der LKW-Marke ▪ Zuwachs von Marktanteilen der Hauptwettbewerber ▪ Aktive Definition fokussierter Leistungsversprechen wesentlicher Wettbewerber ▪ Performance-Unterschiede in den unterschiedlichen Ländern	▪ Entwicklung einer klaren Positio-nierung mit relevantem Leistungsver-sprechen ▪ Übertragung und Spezifizierung des Leistungsversprechens auf Länder- und Produktebene ▪ Entwicklung einer Strategie zur Implementierung der Positionierung ▪ Entwicklung eines Kommunkations-konzepts zur externen Umsetzung der Positionierung	▪ Integrierte quantitative Markt- und Markenanalyse (Leistungsversprechen-Check pro Land) ▪ Anpassung Positionierungsansatz mit konzerninterner Unternehmensstrategie ▪ Implementierungs-workshops je Funktional-bereich zur Integration wesentlicher Umsetzungspartner ▪ Erarbeitung von integrierten Umsetzungs-lösungen und Aktions-plänen für alle Funktionalbereiche (Brand Change Management)	▪ Faktenbasierte länderübergreifende Positionierung ▪ Spezifiziertes Leistungsversprechen auf Länder- und Produktebene ▪ Ganzheitlicher Masterplan zur Implementierung und Anschubleistung in allen Funktionalbereichen ▪ Empfehlung für Kommunikationskonzept

BBDO CONSULTING

© Copyright BBDO Consulting