



**BENCHMARKSTUDIE SOCIAL MEDIA
DIE BESTEN
20 AUTOMARKEN IM WEB**



IMPRESSUM



Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Faktenkontor GmbH.

Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischer Form.

Eine Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.

Roland Heintze
Geschäftsführender Gesellschafter

Jörg Forthmann
Geschäftsführender Gesellschafter

Faktenkontor GmbH
Ludwig-Erhard-Straße 37
D-20459 Hamburg

Fon: +49 40 253185-110
Fax: +49 40 253185-499

Mail: joerg.forthmann@faktenkontor.de

Stand: 02.04.2013

erstellt von / am
KS / 02.04.2013
geprüft von / am
TH / 21.03.2012
freigegeben von / am
JF / 02.04.2013



INHALT

- ▣ Untersuchungsansatz Seite 4
- ▣ Analyse
 - Social-Media-Lifecycle Seite 6
 - Wettbewerberanalyse Seite 16



UNTERSUCHUNGS- ANSATZ





UNTERSUCHUNGSANSATZ



- ▣ Diese Studie analysiert die Kommunikation über 20 Automarken im Internet.
- ▣ Für die Analysen wurden Kommentare und Beiträge in einzelne Sätzen getrennt und ausgewertet.
- ▣ Basierend auf einer semantischen Suche wurden zehntausende Online-Nachrichten und über eine Million Social-Media-Quellen überwacht, analysiert und bewertet.
- ▣ Folgende Kanäle werden ausgewiesen: Twitter, Facebook, Foren, Blogs und News
- ▣ Analysierter Zeitraum: 1. August 2012 bis 28. Februar 2013