



Robbie Williams spricht als „VW-Marketingleiter“ vor allem Frauen an

puls Studie mit 657 Autokäufern zum Erfolg der VW Werbekampagne mit Robbie Williams

von
puls Marktforschung GmbH
Dr. Konrad Weißner
16. Januar 2015

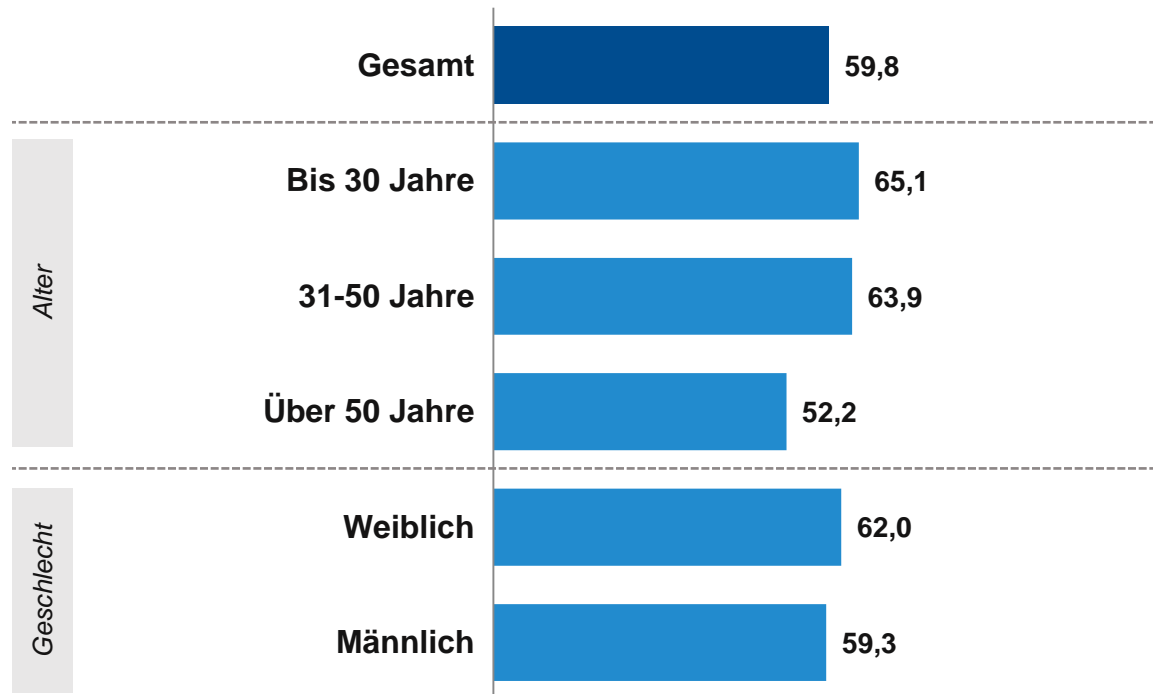
- ➔ **Stichprobe**
Befragung von 657 Personen über den *puls* Autofahrer- bzw. AutokäuferMonitor
- ➔ **Befragungsdauer**
ca. 10 Minuten
- ➔ **Befragungszeitraum**
02.01. – 09.01.2015
- ➔ **Methode**
Online-Befragung über den *puls* AutokäuferMonitor
- ➔ **Konzeption, Analyse und Interpretation**
puls Marktforschung GmbH, Schwaig b. Nürnberg

60% haben Robbie Williams als „neuen Marketingleiter“ von VW wahrgenommen.

Wahrnehmung neue Marketingkampagne mit Robbie Williams – nach Alter und Geschlecht

Haben Sie bereits Robbie Williams als neuen Markenbotschafter („Marketingleiter“) von VW wahrgenommen?

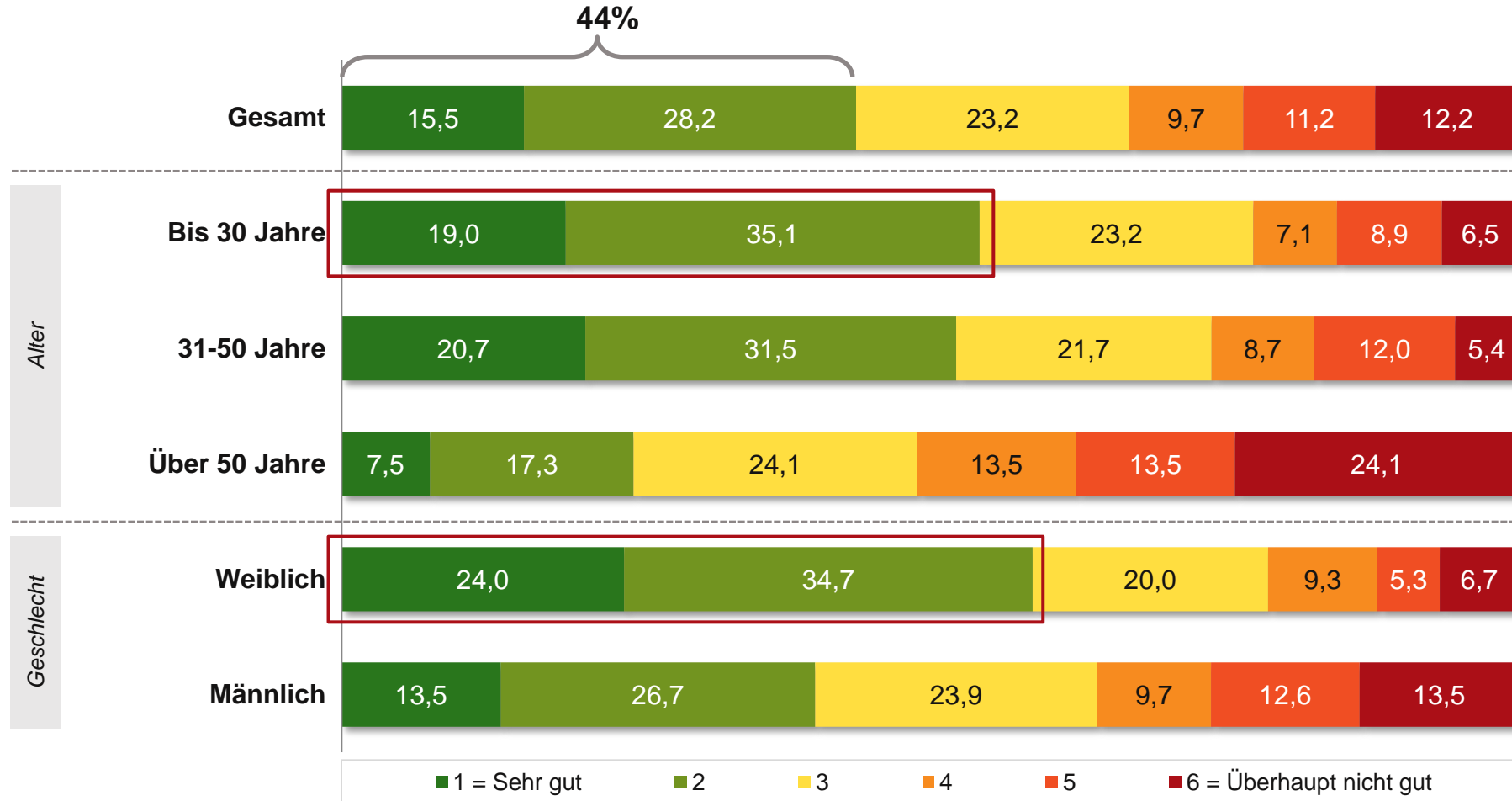
Antwort: Ja



Besonders Jüngere (54%) und Frauen (59%) finden Robbie Williams als Markenbotschafter (sehr) gut.

Meinung zur Werbeaktion mit Robbie Williams

Wie bewerten Sie die VW-Kampagne mit Robbie Williams als neuen Markenbotschafter („Marketingleiter“)?

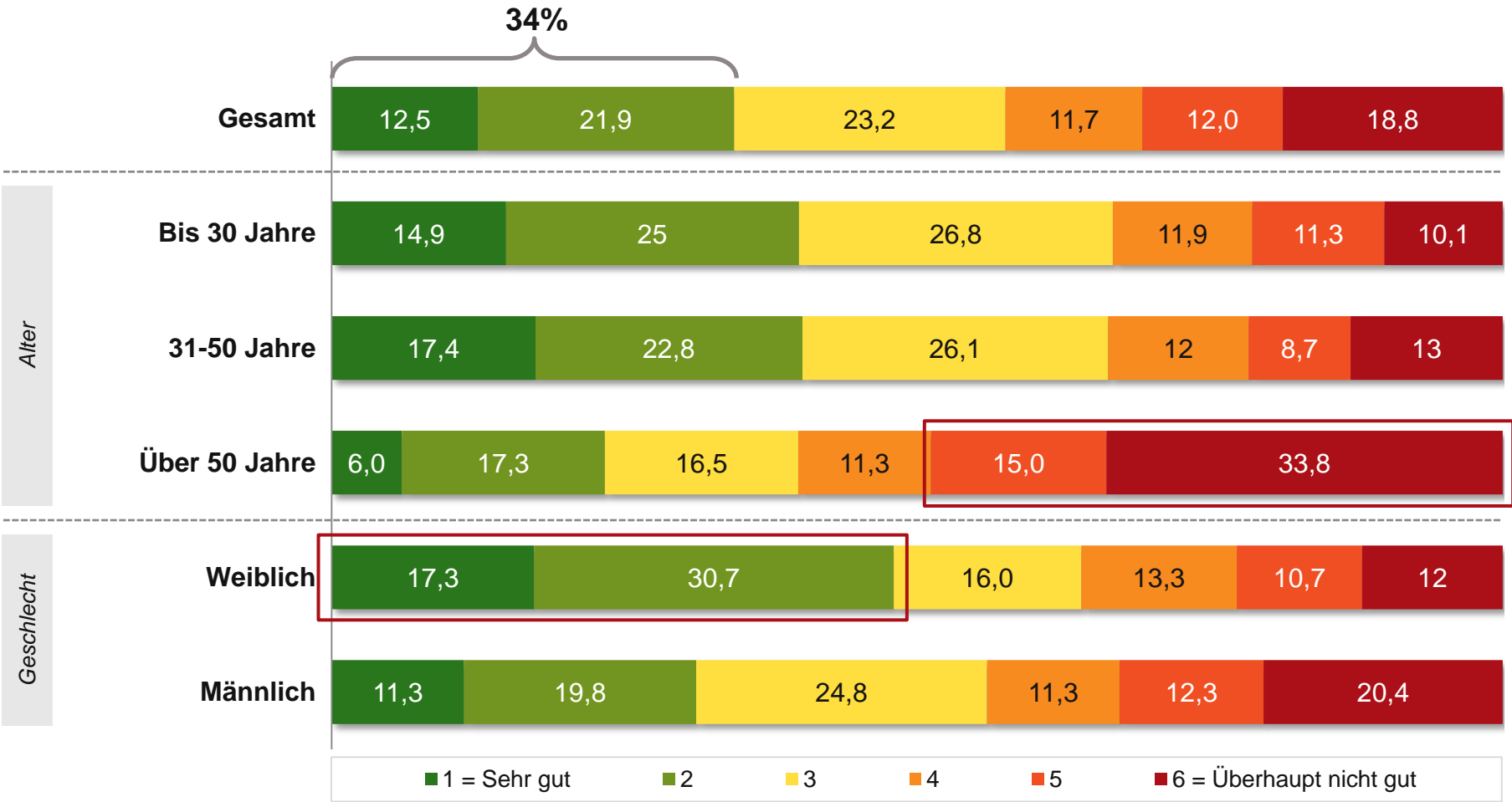


Frauen befürworten und Ältere lehnen Robbie Williams als Markenbotschafter von VW eher ab.



Wie gut passt Robbie Williams zu VW?

Wie gut passt Robbie Williams zur Marke VW?





Gründungsjahr:	1992
Feste Mitarbeiter:	20
Mitarbeiter Telefonstudio:	140
Firmensitz:	Schwaig bei Nürnberg

Kerngeschäft: Quantitative und qualitative Marktforschung

Ziel: ***For Better Decisions***
Effiziente Marktforschung und
Empfehlungen für bessere Entscheidungen
und Strategien.

Aktive Mitgliedschaften:



Ausgewählte Referenzen





Autohaus » Panel

Autohaus Online-Panel

Händler-Panel bei 1.600 Entscheidern in Autohäusern



AUTOHAUS pulsSchlag

pulsSchlag

Monatliche Erhebung der Konjunktur- und Verkaufserwartungen der Autohäuser
(Seit 2000 in Kooperation mit der Fachzeitschrift AUTOHAUS)



Banken Monitor 2014

SchwackeMarkenMonitor/ AUTOHAUS BankenMonitor/ AUTOHAUS VersicherungsMonitor

Jährliche Messungen der Händlerzufriedenheit mit Herstellern/Importeuren, Autobanken und Versicherungen.



Autokäuferpuls

Autokäuferpuls/ Autoflottenpuls

Markenübergreifende Befragung von monatlich 1.000 Autokäufern und 1.500 Autoflottenkunden (2x jährlich).



http://

Automotive WebScreening/ Google Trends

Analyse der Kundenbewertungen im Web 2.0 sowie der Google-Suchanfragen zu Automobilherstellern, Fahrzeugen, Autohäusern etc.

Automobilhersteller/ Händler	Sales Driver Analysen Markendifferenzierung, Händlerzufriedenheit, Local Hero Konzepte, Marktpotenziale, Kundenzufriedenheit, Analyse und Treiber der Kundenloyalität
Automobilvertrieb 3.0	Customer Journey- und Kundenkontaktpunktanalysen, Multi Channel-Strategien, Google-Insights, Erfolgsmessung von Facebook-Aktivitäten, Autokaufberater GenauMeinAuto
Autobanken/ Versicherungen	Händlerzufriedenheit / Beziehungsmanagement zu den Händlern, Customer Journey automobiler Finanzierungs- und Versicherungskunden
Zufriedene Mitarbeiter	Mitarbeiterbefragungen, Employer Branding Konzepte



puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Telefon 0911-9535-400
Fax 0911-9535-404

info@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de