

## AUSGANGSLAGE

Ein deutscher Premium-Automobilhersteller vertreibt seine Connectivity Dienste im zweistufigen Vertriebsmodell über sein Händlernetzwerk. Der Informationsfluss zu den Händlern sowie die Kommunikationskanäle sollen hinsichtlich Effizienz und Transparenz optimiert werden.

## PROBLEM

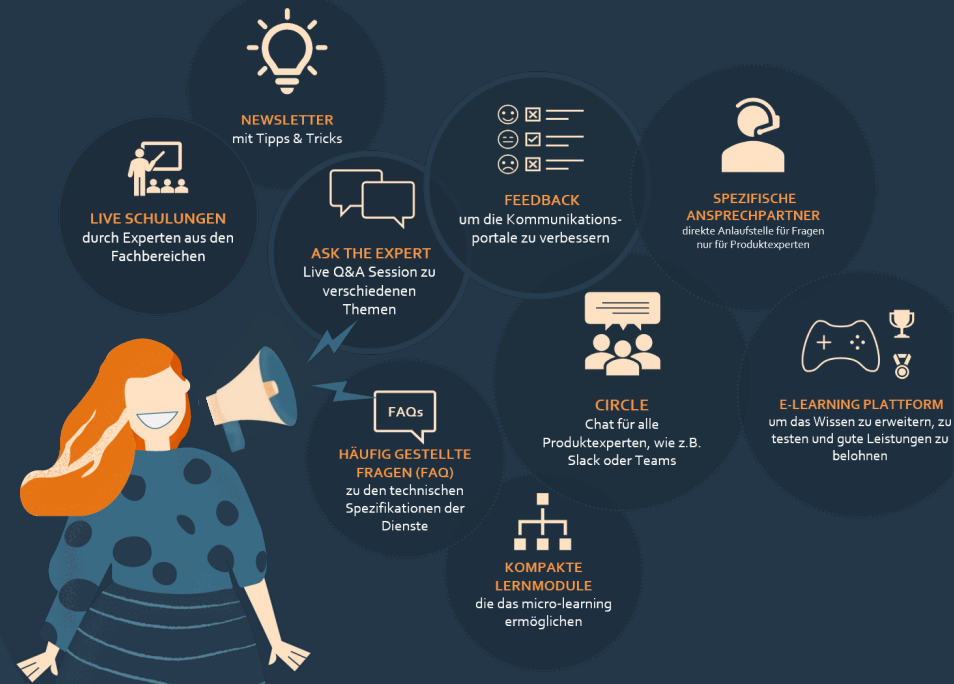
Sales Mitarbeiter im stationären Handel haben unterschiedliche Anforderungen an Informationen über digitale Dienste. Das zentrale Informationsportal kann aktuell nicht alle Voraussetzungen erfüllen. Als Folge inkonsistenter Informationsverfügbarkeit, nutzen die Vertriebsmitarbeiter weitere Informationsquellen, was die Effizienz zusätzlich beeinträchtigt.

## VORGEHENSWEISE

- **Qualitative Forschung/Tiefeninterviews:** Konzeption und deutschlandweite Durchführung von Tiefeninterviews mit Händlern und Vertriebsmitarbeitern, zur Identifikation der verschiedenen Anforderungen an Informationsplattformen. Auswertung und Aufbereitung der Interviewdaten, sowie Darstellung der IST-Situation mit den kritischen Erfolgsfaktoren einer Informationsplattform
- **Erstellung Blueprint:** Konzeption eines Blueprints zur Informationsvermittlung mit dem Ziel die Nutzerfreundlichkeit sowie die inhaltliche Qualität der meist genutzten Informationsquellen zu optimieren. Konkrete Handlungsempfehlungen helfen den Informationsfluss im Händlerbetrieb zu erleichtern.

## ERGEBNIS

Es wurden die zentralen Probleme und Ineffizienzen der internen Kommunikation aufgedeckt. Die direkte Umsetzung der Handlungsempfehlungen für die zentrale Informationsplattform, steigerte bereits nach kurzer Zeit die Zufriedenheit sowie die inhaltliche Qualität.




# KOMMUNIKATION

## QUICK FACTS

 Premium Automobilhersteller

 Inkonsistente Kommunikation, daraus resultierende Ineffizienz

 Konkrete Handlungsempfehlungen zur Optimierung der Kommunikation und Informationsplattform


 Projektdauer: 4 Wochen

## ANSPRECHPARTNER



**Kriti Bhardwaj**

 kriti.bhardwaj@kadacon.com

 +49 175 1241174