



WTT
YOUNG
LEADER
AWARD

Praxisprojekt Unternehmensanalyse
und Marktforschung
für die **CAMION TRANSPORT AG**

Projektteam: David Telic, St.Gallen, Projektleiter, Adriana Hauri, Nesslau, Besar Memishi, Rorschach, Dejan Stevanovic, Schänis, Quentin Allenspach, Wattwil, Alain Weibel, Neukirch

Bekanntheits- und Imageanalyse im Hinblick auf ein Rebranding.

Die Camion Transport AG stellt beim Kundenkontakt immer wieder fest, dass der Firmenname nicht korrekt verankert ist. Ausserdem wird vermutet, dass das Logo nicht die tatsächlichen Unternehmenswerte vermittelt. Soll ein Rebranding angestrebt werden? Und wie könnte ein solches Rebranding umgesetzt werden?

Methodik

Die Einarbeitung in die Anforderungen an ein Branding erfolgte durch intensive Literaturrecherche. Mittels Onlinefragebogen wurden 282 bestehende und 37 potenzielle Kundinnen und Kunden zu den Punkten Wiedererkennung, Symbolik und Aussagekraft von Namen und Logo der Camion Transport AG befragt. Die potenzielle Kundschaft und die Entscheidungsträger wurden mithilfe des LinkedIn Sales Navigator ermittelt. Um die Ergebnisse der Onlineumfrage bewerten zu können, hat die Projektgruppe einen Anforderungskatalog in Form eines «Markenrades» erstellt, welcher die zentralen Anforderungen an ein Branding aufzeigt.

Ergebnisse

Die Auswertung der Onlineumfrage ergab, dass die kommunikativen Anforderungen an die Marke vor allem in den Punkten Eindeutigkeit, Positionierung sowie Durchgängigkeit nicht oder nur teilweise erfüllt sind. Ebenfalls wurde klar, dass auch nur wenige der angebotenen Dienstleistungen bei der Kundschaft verankert sind. Daraufhin hat die Projektgruppe zwei Stossrichtungen entwickelt. Als Erstes die Evolution, bei welcher das aktuelle Branding nicht verändert wird, aber Camion Transport AG durch eine stärkere Kommunikation klare Markenwerte in Form eines einheitlichen Marktauftrittes an die Kundschaft übermitteln kann. Die zweite Stossrichtung ist die Revolution, bei welcher zusätzlich zu den Massnahmen der Evolution auch die Marke, sprich Name und Logo, überarbeitet werden um ein zeitloses, prägnantes, durchgängiges und sympathisches Branding zu schaffen.

Die Projektgruppe empfiehlt einstimmig ein Rebranding durch eine Revolution, da bei dieser Stossrichtung alle Anforderungen aus dem Katalog langfristig erfüllt werden können und das 100-jährige Jubiläum der Camion Transport AG im Jahr 2025 einen optimalen Zeitpunkt für ein Rebranding darstellt.

ost.ch/praxisprojekte-wi

CAMION TRANSPORT AG, Wil SG

Die Camion Transport AG besteht bereits seit 1925 und gehört zu den führenden Transport- und Logistikunternehmen der Schweiz. Das Familienunternehmen betreibt 14 Standorte und ist schweizweit sowie in Liechtenstein tätig. Das Kerngeschäft bildet der Stückguttransport. Dieser erfolgt im dualen Transportsystem, sprich im Zusammenspiel aus Strasse und Schiene. Die Transportökologie und -ökonomie haben einen hohen Stellenwert.



Kundschaft

CAMION TRANSPORT AG, Wil SG
Claudia Kofler, Leiterin Marketing & Kommunikation
www.camiontransport.ch

Wie steht es um die Bekanntheit und das Image unserer Marke? Deckt sich die Fremdwahrnehmung mit der Selbstwahrnehmung? Rebranding ja oder nein? Die Resultate aus der Marken- und Unternehmensanalyse wie auch die Erkenntnisse der Marktforschung, bilden für uns eine sehr gute Basis die nächsten Schritte anzugehen. Die Studierenden haben den Projektauftrag mit Elan und grossem Interesse erfüllt. Herzlichen Dank ans ganze Team!



Coach

OST – Ostschweizer
Fachhochschule
Daniel Steiner, eidg. dipl. Marketingleiter

Marken-Analysen gehören zu den anspruchsvollsten Marketing-Themen. Dem Team gelang es sehr gut, ein klares Anforderungsprofil in Form eines «Markenrades» zu entwickeln, um damit die aktuelle Markenwirkung bei potenziellen und bestehenden Kunden zu überprüfen und der Soll-Positionierung gegenüber zu stellen. Aus den erkannten Gaps wurden konkrete Empfehlungen im Hinblick auf das empfohlene Rebranding abgeleitet.

