LMU LUDWIG-MAXIMILIANS-UNIVERSITÄT MÜNCHEN

LMU MUNICH SCHOOL OF MANAGEMENT

INSTITUT FÜR MARKTORIENTIERTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG/ INSTITUTE FOR MARKET-BASED MANAGEMENT (IMM)

Social Media und Content Marketing Strategie entlang der Customer Journey der BavariaDirekt

Steckbrief

Aufgabenstellung

- Entwicklung einer Content Marketing Strategie entlang der Customer Journey
- Entwicklung einer Social Media Strategie entlang der Customer Journey

Vorgehen

- Zu Beginn: Analyse des Status Quo und darauf folgend Desk Research und Konkurrenzanalyse
- Qualitative Studie zum Kundenverhalten, anschließend Validierung der Ergebnisse mithilfe einer quantitativen Studie

Setup

- 4 Projektkursstudenten
- Enge Zusammenarbeit mit dem Lehrstuhl sowie Mitarbeitern der BavariaDirekt auf Managementebene

Ergebnisse

- Ableitung von Handlungsempfehlungen inkl. Kostenkalkulation