

AUTOHAUS- MARKETING

Exklusiver Report für Autohäuser

**DAS SIND DIE TRENDS UND
NEUIGKEITEN FÜR 2024**

Inhalte in diesem Report:

- Wichtige Social Media Plattformen für Autohäuser
- So steigerst du deine Kundenbewertungen auf Google
- Integration von KI in deine Arbeitsabläufe
- Die 3 besten Tools für dein Leadmanagement
- und vieles mehr

“

**Innovation im
Autohaus bedeutet,
den Kunden nicht
nur ein Auto,
sondern ein Erlebnis
zu verkaufen.**

”

STEIGERE DEINE BEKANNTHEIT UND GEWINNE TÄGLICH NEUE KUNDEN

Lieber Leser, Liebe Leserin,

wenn du wissen möchtest, mit welchen Methoden viele Autohäuser:

- täglich 51+ zusätzliche Anfragen (Leads) für Neu- und Gebrauchtwagen sowie Serviceleistungen gewinnen,
- offene Stellen innerhalb von 28 Tagen besetzen,
- hunderte positive Google Bewertungen erhalten und
- höhere Umsätze generieren,

dann ist dieser Report genau das Richtige für dich. Diese und weitere spannende Themen warten auf dich.

Viel Spaß beim Lesen!

Sören
Geschäftsführer
AdZurro GmbH
www.adzurro.de/auto
www.driveee.de

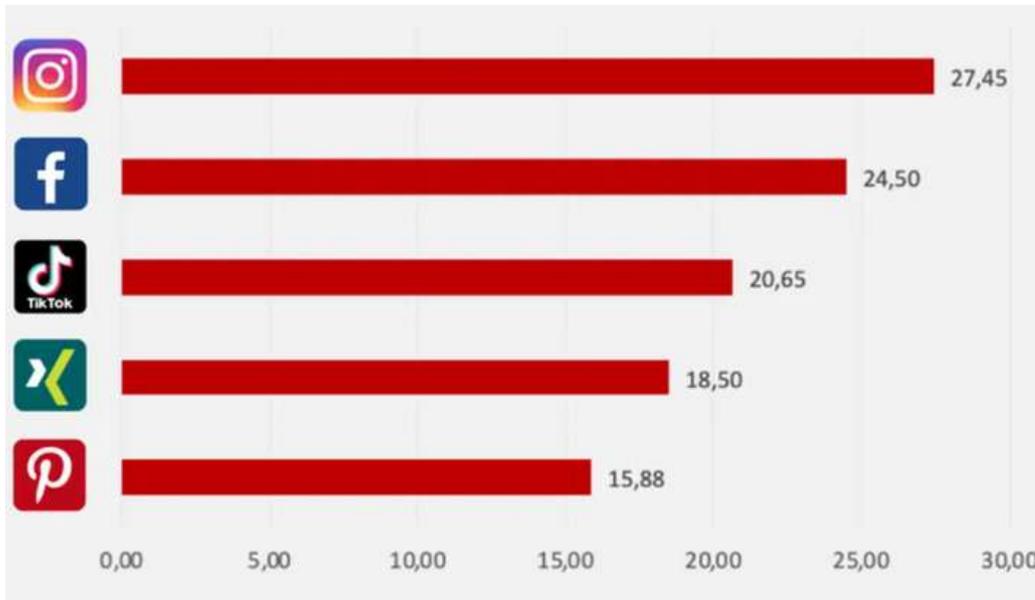


AUF WELCHEN SOCIAL MEDIA PLATTFORMEN LOHNT ES SICH ALS AUTOHAUS AKTIV ZU SEIN?

Für Autohäuser ist es wichtig, auf den richtigen Social Media-Plattformen präsent zu sein. Die richtige Social Media-Strategie kann die Markensichtbarkeit steigern und den Absatz ankurbeln. Doch wo liegt das meiste Potenzial?

2023 waren 4,76 Milliarden Menschen weltweit Social-Media Nutzer. In Deutschland sind 85% der Bevölkerung auf Social Media Plattformen vertreten. Diese große potenzielle Zielgruppe solltest du dir nicht entgehen lassen. Doch auf welchen Plattformen sind diese Nutzer vertreten?

Social Media Plattformen mit höchsten Nutzerzahlen in DE (in Mio.)



TikTok - Wachstumschampion

TikTok konnte im letzten Jahr deutlich aufholen und ist nun auf Platz 3 der beliebtesten Social Media Netzwerke in Deutschland. Die Plattform wird inzwischen vermehrt von Autohäusern genutzt. Nur wenige nutzen aber die Möglichkeit zur Werbung dort. Mit Anzeigen im Kurzvideoformat kann man viele noch unerreichte Kunden für sich gewinnen.

META, die Nummer 1

Meta, zu welcher die Marken Facebook, Instagram und Whatsapp gehören, ist sowohl für die Neukunden- als auch Mitarbeitergewinnung weiterhin der klare Platzhirsch. Auch was die Kosten betrifft, gibt es hier die größten positiven Effekte. Hier bekommt man für die eingesetzten Werbekosten erstklassige Ergebnisse.

KUNDENBINDUNG TROTZ ONLINE-TREND: TIPPS, UM KUNDEN ANZUZIEHEN



Um den Trend des Online-Autokaufs zu deinem Vorteil zu nutzen, ist es wichtig eine Strategie zu entwickeln, die sowohl online als auch offline wirksam ist. Beginne damit deine Online-Präsenz zu stärken: Aktualisiere deine Webseite regelmäßig, nutze virtuelle Showrooms (siehe Seite 13) und nutze Social Media um das Interesse der Online-Kunden zu gewinnen.

Biete exklusive offline Käuferlebnisse an, die nur im Autohaus verfügbar sind, wie persönliche Beratungen, Probefahrten oder spezielle Veranstaltungen. Dies schafft einen Anreiz für Online-Kunden dein Autohaus zu besuchen.

Durch diese Kombination aus Online-Engagement und Offline-Exklusivität schaffst du ein umfassendes Kundenerlebnis, das sowohl die Kundenreichweite als auch die Attraktivität deines Autohauses steigert.



STRATEGIEN ZUR ERHÖHUNG VON (POSITIVEN) BEWERTUNGEN

Kundenbewertungen können entscheidend sein wie dein Autohaus im Internet wahrgenommen wird. Mit Hilfe der nachfolgenden Strategien schaffst du es deutlich mehr positive Bewertungen zu erhalten.

Kundenbindungsprogramme:

- Warum sind sie wichtig? Ein Kunde, der sich deinem Unternehmen verbunden fühlt, wird nicht nur wiederholt Geschäfte mit dir machen, sondern auch positiv über dich sprechen.
- Wie implementierst du sie? Erstelle ein Treueprogramm, das Kunden für wiederholte Käufe oder Empfehlungen belohnt. Dies kann in Form von Rabatten oder exklusiven Angeboten erfolgen.

After-Sales-Service und Follow-ups:

Eine Umfrage von Price Waterhouse Coopers ergab, dass 73% aller Menschen den Kundenservice als einen wichtigen Faktor bei ihrer Kaufentscheidung ansehen.

- Warum sind sie entscheidend? Ein Kunde, der nach dem Kauf weiterhin hervorragenden Service erhält, wird nicht nur wieder bei dir kaufen, sondern auch seine positiven Erfahrungen teilen.
- Wie gehst du vor? Biete regelmäßige Wartungschecks an, sende Erinnerungen für den nächsten Service oder eine Dankeskarte.





Anreizsysteme:

Laut einer Studie von Nielsen sind 84% der Verbraucher weltweit eher geneigt, auf Empfehlungen von Familie und Freunden zu vertrauen.

- Was bringt es? Anreize für Bewertungen können von Rabatten bis zu kostenlosen Dienstleistungen reichen.
- Umsetzung: Biete Anreize wie Gutscheine für eine Autowäsche oder Rabatte auf Zubehör für eine abgegebene Bewertung.

Integration von Bewertungsaufforderungen in E-Mail-Marketingkampagnen:

Laut Campaign Monitor haben personalisierte E-Mail-Kampagnen eine 29% höhere Öffnungsrate als nicht personalisierte E-Mails.

- Wie? Nach jedem Verkauf oder Service, sende eine freundliche E-Mail, die um eine Bewertung bittet.

Social Media im Bewertungsmanagement:

Laut einer Umfrage von BrightLocal lesen 91% der 18- bis 34-Jährigen Online-Bewertungen, um lokale Unternehmen zu beurteilen.

- Warum ist das wichtig? Über Social Media kannst du direkt mit deinen Kunden kommunizieren, Feedback erhalten und auf Bewertungen reagieren.
- Strategie: Ermutige Kunden, ihre Erfahrungen auf Plattformen wie Facebook oder Instagram zu teilen. Reagiere immer auf Bewertungen, sowohl positive als auch negative.

Umgang mit negativen Bewertungen: Best Practices



1

Die Rolle von Transparenz und Ehrlichkeit In Antworten

Kunden schätzen es, wenn Unternehmen Verantwortung übernehmen und transparent in ihrer Kommunikation sind.

2

Strategien zur Minimierung zukünftiger negativer Bewertungen

Bitte zufriedene Kunden aktiv um Bewertungen. Ein höheres Volumen positiver Bewertungen kann die Wirkung einer negativen Bewertung mildern.

3

Integration von Bewertungsmanagement in deine Gesamtstrategie

Bewertungen sollten nicht isoliert betrachtet werden. Integriere sie in deine Gesamtmarketing- und Service-Strategie. Nutze Feedback zur kontinuierlichen Verbesserung.

4

Tools und Plattformen zur Überwachung und Verwaltung von Bewertungen

Es gibt zahlreiche Tools, die dir helfen Bewertungen im Auge zu behalten und zeitnah zu reagieren. Wir haben sogar unser eigenes KI Tool entwickelt mit dem du spielend leicht auf negative Bewertungen reagieren kannst. Es wurde extra für Autohäuser entwickelt und ist komplett kostenfrei.

(<https://adzurro.de/ki-antwort-generator/>)

5

Die Notwendigkeit von schnellen Antwortzeiten

Wenn du schnell auf negative Bewertungen reagierst, zeigst du deinen Kunden, dass ihre Meinung zählt und ihre Anliegen wichtig sind. Das stärkt nicht nur die Beziehung, sondern unterstreicht auch, dass du Wert auf erstklassigen Service legst.

6

Die langfristigen Auswirkungen von negativen Bewertungen

Sehe jede Bewertung als Gelegenheit zur Verbesserung und zum Aufbau von Beziehungen zu deinen Kunden.

7

Praxisbeispiel: Kunden mit NFC-Karten zum Bewerten bringen

Viele unserer Autohauskunden nutzen mittlerweile NFC-Karten, um Kunden direkt vor Ort zum Bewerten zu animieren. Das Prinzip ist einfach: Du gibst dem Kunden deine NFC-Karte, er hält sie an sein Smartphone und es öffnet sich eine Seite zum Bewerten. Der Kunde gibt daraufhin seine Bewertung ab. Pro Tipp: durch intelligente Filter leitest du negative Bewertungen weg.

Fazit

Bewertungen sind ein zweiseitiges Schwert. Sie können dein Geschäft fördern oder ihm schaden. Mit den richtigen Strategien und einem proaktiven Ansatz kannst du sicherstellen, dass dein Autohaus auch online einen hervorragenden Ruf genießt.

71 %

*der Interessenten nutzen
Facebook, Instagram,
TikTok und Google, um
sich über Neu- und
Gebrauchtwagen zu
informieren.*

1:29 H

*1 Stunde und 29
Minuten verbringt ein
Interessent in
Deutschland
durchschnittlich auf
sozialen Medien.*

VIDEO-MARKETING FÜR AUTOHÄUSER

Video-Marketing bietet dir als Autohaus die Möglichkeit, potenzielle Kunden auf eine virtuelle Testfahrt mitzunehmen und die neuesten Modelle in Aktion zu präsentieren.

Durch hochwertige Videoinhalte können Interessenten die Fahrdynamik, das Innendesign und die technischen Innovationen eines Fahrzeugs aus der Ferne erleben, als säßen sie selbst am Steuer.

Die Vorteile von Videoinhalten gegenüber textbasierten Content

Videos können dabei helfen, die Besonderheiten jedes Modells hervorzuheben und die Aufmerksamkeit der Zuschauer zu fesseln. Durch den Einsatz von Drohnenaufnahmen, 360-Grad-Innenraumansichten und detaillierten Feature-Erklärungen wird das Video zu einem mächtigen Verkaufsinstrument, das die Neugier weckt und Kunden dazu animiert, einen Schritt weiterzugehen und eine Testfahrt zu buchen.

Neben hochwertigen Videoaufnahmen reicht es auch aus mit dem Handy Videos zu erstellen, da diese als authentisch gelten und man mit Posts auf Instagram und TikTok viele potenzielle Kunden organisch erreichen kann.

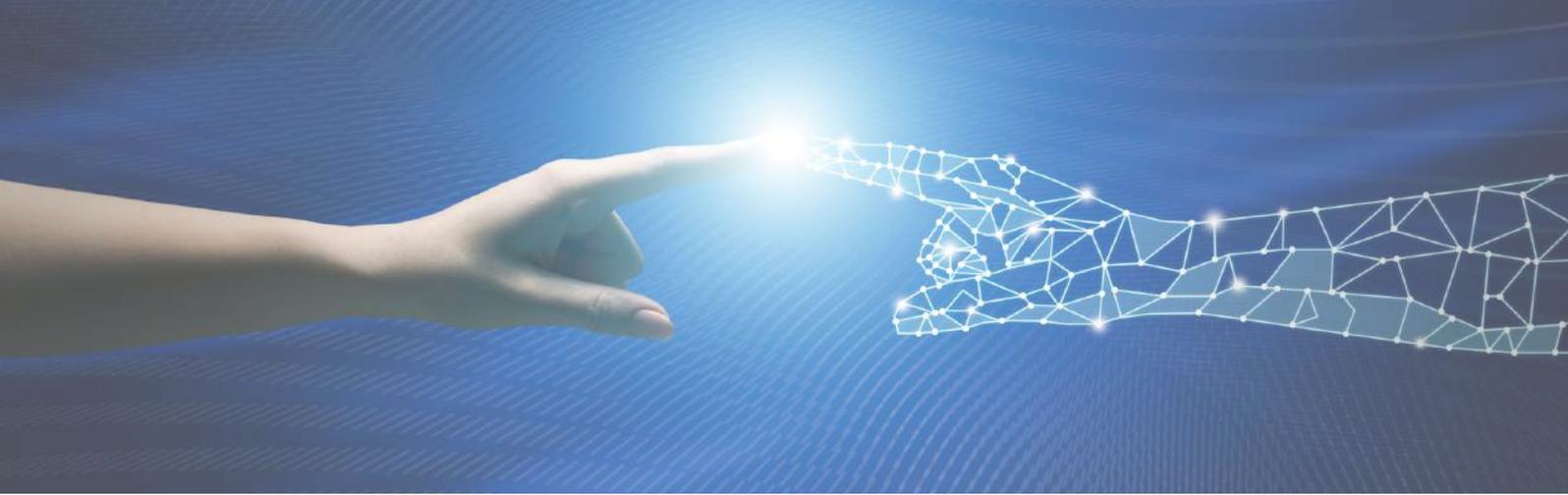


NUTZE ONLINE SERVICES ZU DEINEM VORTEIL

Die Digitalisierung des Kundenservices revolutioniert die Art und Weise, wie Autohäuser mit ihren Kunden interagieren können. Durch Online-Buchungssysteme, wie sie beispielsweise bei der Terminvereinbarung für Probefahrten eingesetzt werden, profitieren Kunden von einer 24/7-Verfügbarkeit und Autohäuser von einer effizienteren Terminplanung.

Personalisierte Online-Erlebnisse, wie etwa individuell zugeschnittene Fahrzeugempfehlungen basierend auf dem bisherigen Suchverhalten, schaffen eine neue Dimension der Kundenansprache.

Die Integration von KI ermöglicht es, Anfragen über Chatbots vorzufiltern und Kundenanliegen effizient zu bearbeiten, was die Kundenzufriedenheit deutlich steigert.



CHATBOTS: AUTOMATISIERTE KUNDENBETREUUNG RUND UM DIE UHR

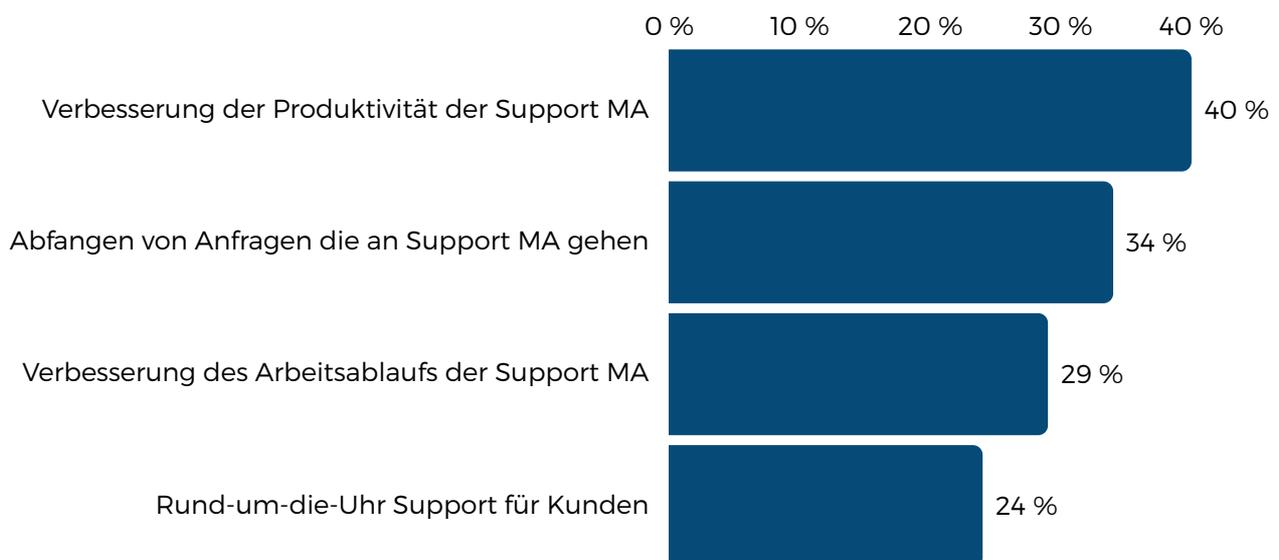
Chatbots sind zu einem unverzichtbaren Bestandteil des modernen Kundenservices geworden. Sie bieten Kunden sofortige Unterstützung – sei es bei der Klärung von Fragen zu Öffnungszeiten oder der Vereinbarung von Serviceterminen.

Bei der Implementierung von Chatbots gilt es Best Practices zu beachten: Sie sollten nicht nur informativ, sondern auch repräsentativ für die Marke sein und eine freundliche, hilfreiche Persönlichkeit verkörpern.

Chatbots sollten ständig aktualisiert und angepasst werden. Nur so bleibt er ein wertvoller und aktueller Berater für Kunden.

Schließlich ist es wichtig, Feedbackmechanismen zu etablieren, die es ermöglichen, die Leistung der Chatbots kontinuierlich zu bewerten und zu verbessern.

KI hilft Autohäusern, die Arbeitsbelastung von Mitarbeitern zu optimieren.



<https://www.zendesk.de/blog/infografik-chatbots-und-ki-in-deutschland/>



VIRTUELLE SHOWROOMS: DAS AUTOHAUS DER ZUKUNFT

Virtuelle Showrooms revolutionieren den Autoverkauf indem sie die Grenzen traditioneller Autohäuser überwinden. Kunden können durch diese Showrooms navigieren um Fahrzeuge realistisch zu erleben. Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR) sind dabei Schlüsselemente. AR-Apps und VR-Brillen ermöglichen Kunden, Fahrzeuge in Lebensgröße zu erleben, als wären sie physisch vor Ort.

Anbieter wie Matterport und Insta360 bieten Autohäusern die Möglichkeit, immersiv gestaltete virtuelle Umgebungen zu schaffen. Kunden können dabei Fahrzeuge detailgetreu erkunden und sich sogar vorstellen, wie ein Auto in ihrer eigenen Einfahrt aussehen würde.

Regelmäßige Updates der virtuellen Showrooms sind unerlässlich. Sie halten die neuesten Fahrzeugmodelle und -funktionen präsent und locken Kunden mit neuen Inhalten zurück. Diese Technologien tragen erheblich zur Neukundengewinnung bei, indem sie ein einzigartiges und interaktives Einkaufserlebnis bieten.

Bildung und Aufklärung über E-Autos und Hybridfahrzeuge

Bildung im Bereich der Elektromobilität ist entscheidend, um die öffentliche Wahrnehmung und Akzeptanz von E-Autos und Hybridfahrzeugen zu steigern. Angesichts der Tatsache, dass viele Kunden noch Unsicherheiten bezüglich Reichweite, Ladeinfrastruktur und Lebensdauer von Batterien haben, können Autohäuser durch Bildungsangebote Vertrauen aufbauen und Kaufentscheidungen positiv beeinflussen.



Wenn das Ziel deines Autohauses ist mehr Elektro- und Hybridautos zu verkaufen, sollten Mythen und Missverständnisse aufgeklärt werden.

Autohäuser könnten, zum Beispiel die Reichweitenangst der Kunden nehmen und darüber aufklären, dass moderne E-Autos eine deutlich verbesserte Reichweite haben, die für die meisten täglichen Bedürfnisse ausreichend ist.



DIE BEDEUTUNG VON SCHNELLEN ANTWORTZEITEN

90%

DER KUNDEN ERWARTEN EINE SCHNELLE ANTWORT BEI KUNDENANFRAGEN

83%

DER KUNDEN ERWARTEN, DASS UNTERNEHMEN INNERHALB EINES TAGES AUF EINE FRAGE REAGIEREN

45%

ALLER UNTERNEHMEN BENÖTIGEN JEDOCH MEHR ALS FÜNF TAGE, UM AUF NACHRICHTEN ZU ANTWORTEN

Kunden erwarten unmittelbare Reaktionen auf ihre Anfragen. Technologische Lösungen wie KI-gestützte Chatbots können die Antwortzeiten drastisch verkürzen, indem sie Standardanfragen sofort beantworten.

Die Rolle von Mobilgeräten und Push-Benachrichtigungen ist ebenfalls zentral. Sie ermöglichen es, Kunden sofort über Updates oder erforderliche Aktionen zu informieren. Ein Kunde könnte zum Beispiel eine Benachrichtigung auf sein Smartphone erhalten, sobald sein Fahrzeug zur Abholung nach einem Service bereitsteht.

Die direkte Verbindung zwischen Antwortgeschwindigkeit und Kundenzufriedenheit ist durch zahlreiche Studien belegt. Eine schnelle Reaktion ist also direkt mit der Kundenzufriedenheit verknüpft und kann die Kundenbindung und das Markenimage positiv beeinflussen. Außerdem führt eine schnell Reaktionszeit bei Anfragen dazu, dass man mehr Kunden gewinnt.

LEADMANAGEMENT: DIESE TOOLS HELFEN DIR DEINE ANFRAGEN ZU STRUKTURIEREN

CRM-Systeme sind im Leadmanagement unverzichtbar, da sie eine 360-Grad-Sicht auf den Kunden bieten und somit eine schnelle und individuelle Reaktion auf Anfragen ermöglichen.

Sie ermöglichen eine zentrale Datenbank für alle Kundeninformationen, verbessern das Verständnis für Kunden durch ganzheitliche Sicht, unterstützen die Verwaltung von Kommunikation und Interaktionen, automatisieren die Dateneingabe und erinnern an wichtige Nachverfolgungen.

Diese Tools können dir helfen, deine Anfragen zu strukturieren: Dealerdesk, Prof4Net, CAS, Salesforce, HubSpot & Microsoft Dynamics 365.

Top 3 Leadmanagement Tools im Vergleich

Prof4Net

Features:

- Effizientes Einlesen und Verwalten von Leads aus verschiedenen Quellen.
- Eskalationsmechanismen zur Priorisierung und schnellen Bearbeitung von Leads.
- Detaillierte Übersicht und Tracking der Lead-Historie

Unterschiede zu den anderen Systemen:

Spezialisiert auf den Autohandel, mit Funktionen wie NFC-Kartenintegration für Kundenbewertungen, effizientem Lead-Management und Modulen für spezifische Automarken.

Dealerdesk

Features:

- Zentrales Management aller Kommunikationen mit Leads, einschließlich Live-Website-Chat, AutoTrader-Leads und WhatsApp-Nachrichten.
- Automatisierte Verknüpfung aller Kommunikationen mit zugehörigen Kundenprofilen, Terminen und Transaktionen.
- Möglichkeit, Leads effizient aus verschiedenen Quellen zu verwalten und zu analysieren.

Unterschiede zu den anderen Systemen:

Ein Dealer Management System (DMS) mit Funktionen wie automatischer Erkennung von Sonderausstattungen, integrierten Fahrzeugbewertungen, zentralem Kommunikationsmanagement und digitaler Dokumentenverwaltung.

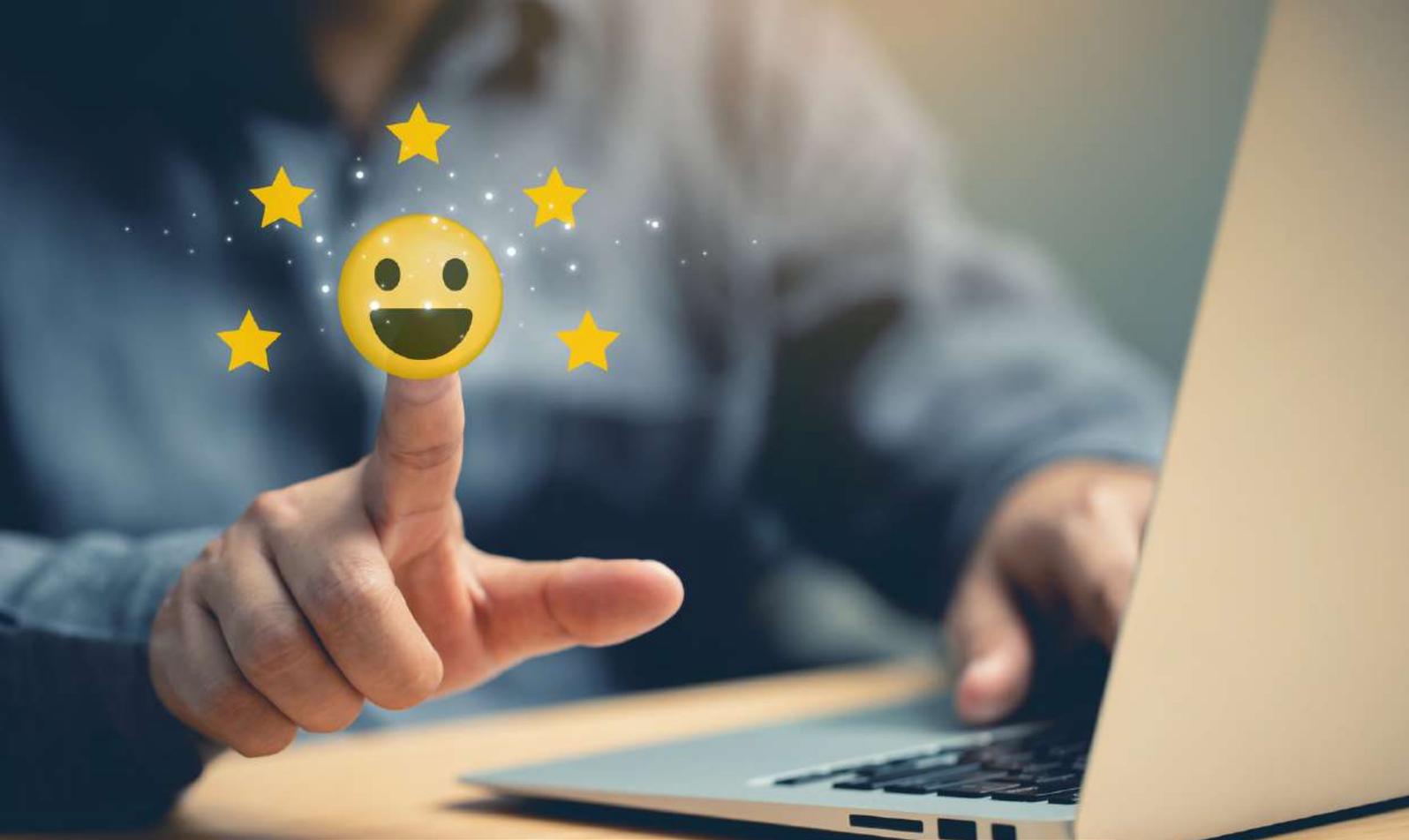
CAS

Features:

- Erfassung und Verwaltung von Leads aus verschiedenen Quellen.
- Automatisierte Lead-Qualifizierung und -Priorisierung.
- Effiziente Lead-Zuweisung und -Nachverfolgung im Vertriebsteam.

Unterschiede zu den anderen Systemen:

Bietet anpassbare CRM-Lösungen mit Fokus auf intelligente Assistenten und smarte Funktionen, um Kundenbeziehungen zu optimieren und das gesamte Unternehmenswissen zu vernetzen.



JETZT TESTEN: DEIN PERSÖNLICHER KI ANTWORT GENERATOR - 100% GRATIS

Mit dem KI-Antwortgenerator von AdZurro, speziell für Autohäuser, reagierst du auf Kundenbewertungen bis zu 10-mal schneller. Spare Zeit und Kosten bei der Beantwortung von Kundenfeedback.

Du fügst einfach Bewertungstexte aus Quellen wie Google, Mobile.de, Leasingmarkt oder Facebook ein, wählst den Ton aus und erhältst sofort individuelle Antworten. Stärke dein Online-Image, das oft bonusrelevant bei Herstellerverträgen ist.

Teste jetzt kostenlos unseren KI-Antwortgenerator und revolutioniere deine Kundenkommunikation. Reagiere blitzschnell auf Kundenfeedback und hebe deine Antwortstrategie auf ein neues Level.

<https://adzurro.de/ki-antwort-generator/>





GOOGLE MY BUSINESS: WIESO DU DEIN UNTERNEHMENSPROFIL IMMER AKTUELL HALTEN SOLLTEST

Regelmäßige Updates auf Google My Business, wie Posts zu aktuellen Angeboten oder Veranstaltungen, halten Kunden auf dem Laufenden und fördern die Kundenbindung.

Ein gepflegtes Google My Business-Profil ist wie ein Schaufenster im Internet: Es steigert die Sichtbarkeit in lokalen Suchergebnissen und lockt Kunden an.

Aktuelle Geschäftszeiten und Kontaktinformationen sind wichtig, um Vertrauen und Zuverlässigkeit zu vermitteln.

Ein Kunde, der während der angegebenen Öffnungszeiten vor verschlossenen Türen steht wird verärgert sein.

Die Rolle von Google My Business im lokalen SEO ist nicht zu unterschätzen. Durch die Optimierung des Profils mit relevanten Keywords und Kategorien wird das Autohaus in lokalen Suchanfragen höher platziert werden.

Google My Business ist auch ein effektives Tool, um Sonderangebote und Aktionen zu bewerben.

Du könntest zum Beispiel eine Rabattaktion für Winterreifen direkt auf deinem Profil bewerben, um zeitnah Kunden anzulocken.

Die Vorteile von regelmäßigen Beiträgen und Updates sind vielfältig: Sie halten das Interesse der Kunden aufrecht, verbessern die Online-Präsenz und fördern die Interaktion.

CHECKLISTE: DER PERFEKTE GOOGLE MY BUSINESS EINTRAG FÜR IHREN STANDORT

Um einen perfekten Google My Business Eintrag für Dein Autohaus zu erstellen, folge dieser detaillierten Anleitung.

01

SCHRITT-FÜR-SCHRITT ÜBERSICHT ZUR EINRICHTUNG

- Besuche die Google My Business Website und melde dich mit deinem Google-Konto an.
- Gebe den Namen deines Autohauses ein und folge den Anweisungen zur Verifizierung deines Standorts.

02

OPTIMIERUNG DES PROFILS MIT BILDERN UND INFORMATIONEN

- Lade hochauflösende Bilder deines Autohauses, Fahrzeuge und Teams hoch.
- Fülle alle Informationen aus, einschließlich Öffnungszeiten, Adresse, Kontaktmöglichkeiten und einer Beschreibung deiner Dienstleistungen.

03

INTEGRATION VON KUNDENBEWERTUNGEN

- Ermutige deine Kunden Bewertungen zu hinterlassen, indem du nach dem Kauf oder Service eine freundliche Nachricht sendest.
- Reagiere auf jede Bewertung, um Engagement und Kundenservice zu demonstrieren.

04

WICHTIGKEIT VON REGELMÄSSIGEN UPDATES

- Halte dein Profil mit aktuellen Informationen frisch, zum Beispiel durch das Teilen von Neuigkeiten über neue Modelle oder Dienstleistungen.

05

EINBINDUNG VON ANGEBOTEN ODER EVENTS

- Nutze die 'Beiträge'-Funktion, um spezielle Angebote oder bevorstehende Events zu bewerben, wie zum Beispiel eine Probefahrt-Veranstaltung.

06

TIPPS ZUR STEIGERUNG DER SICHTBARKEIT

- Verwende relevante Schlüsselwörter in deinem Profil, um in lokalen Suchanfragen besser gefunden zu werden.
- Poste regelmäßig Inhalte, um bei deinen Kunden präsent zu bleiben.

07

VERKNÜPFUNG MIT ANDEREN ONLINE-PLATTFORMEN:

- Verlinke dein Google My Business-Profil auf deiner Website und in deinen Social-Media-Profilen, um ein konsistentes Markenerlebnis zu schaffen.

Durch die Befolgung dieser Schritte stellst du sicher, dass dein Autohaus in lokalen Suchanfragen prominent vertreten ist und potenzielle Kunden alle notwendigen Informationen finden, um mit dir in Kontakt zu treten.

“

**Das Digitale ist in
einem Maße ins
Zentrum des Lebens
der Konsumenten
gerückt, wie das vor
einigen Jahren noch
unvorstellbar war.**

”

UNSERE LEISTUNGEN

DU MÖCHTEST PLANBAR NEUE KUNDEN GEWINNEN UND SUCHST EINEN STARKEN PARTNER AN DEINER SEITE?

DANN BIST DU BEI UNS GENAU RICHTIG! WIR SIND DEINE AUTOHAUS MARKETING AGENTUR. DABEI UNTERSTÜTZEN WIR DICH:

MEHR LEADS DANK FACEBOOK-, INSTAGRAM- UND TIKTOK-WERBUNG

Werbung zielgerichtet dort, wo sich deine Zielgruppe aufhält. Unser Fokus liegt auf Facebook-, Instagram- und TikTok-Anzeigen die einzigartig sind und Interessenten zur Anfrage für deine Neu- und Gebrauchtwagen bewegen. 7-55+ tägliche Leads sind der Regelfall.

MITARBEITERGEWINNUNG

Wir helfen Autohäusern innerhalb kürzester Zeit offene Stellen mit qualifizierten Mitarbeitern zu besetzen – und das auch für anspruchsvolle Positionen.

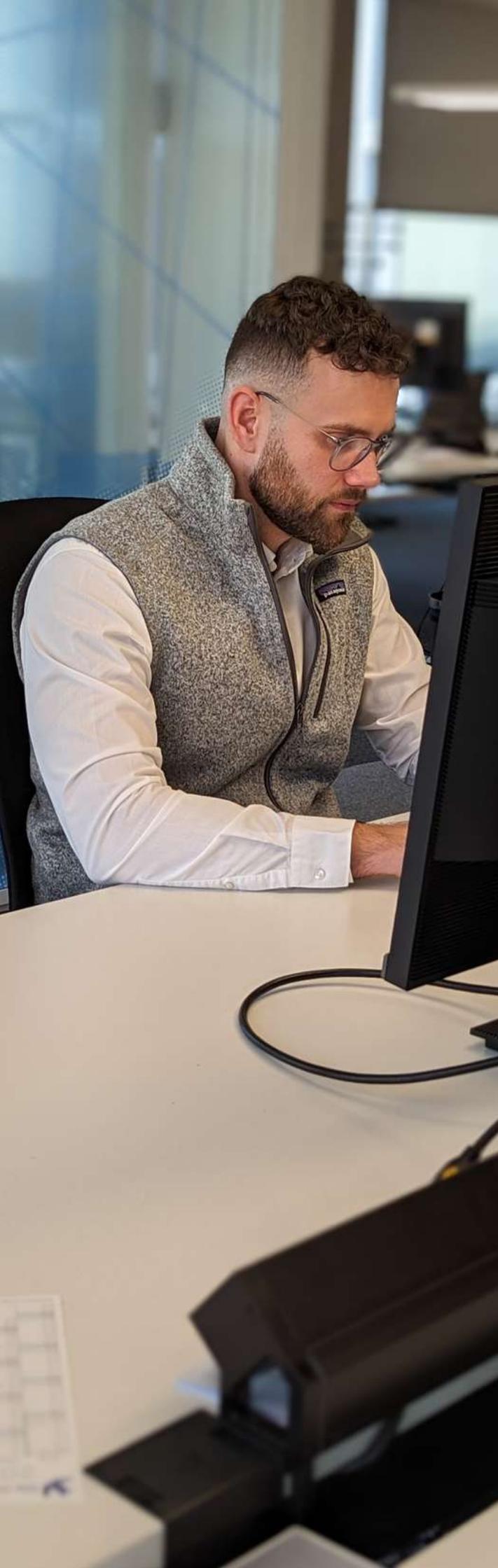
PRINTANZEIGEN, DIE VERKAUFEN

Unsere Printanzeigen-Lösungen sind darauf ausgelegt das Interesse deiner Zielgruppe zu wecken und zu konvertieren. Wir nutzen unsere Erfahrung, um Anzeigen zu kreieren, die nicht nur Aufmerksamkeit erregen, sondern auch die Verkaufszahlen steigern.

ERSTELLUNG UND PFLEGE VON WEBSEITEN

Egal ob Text oder Bild, unsere Webseiten präsentieren deine Leistungen und Fahrzeuge im optimalen Gewand. Auch kümmern wir uns um die fortlaufende Pflege von z. B. Angeboten und Beiträgen.





UNSERE ZUSAMMENARBEIT

Hast du bis hierhin gelesen, kannst du nachvollziehen, wie enorm wichtig eine gute digitale Präsenz deiner Fahrzeuge und Leistungen ist. Jetzt fragst du dich bestimmt, wie eine potenzielle Zusammenarbeit mit uns abläuft. Das geht ganz einfach in 4 Schritten:



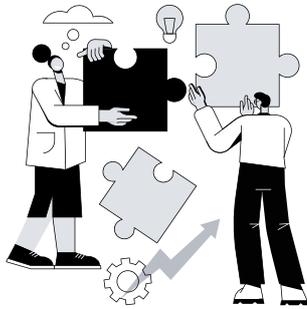
ONBOARDING

Gemeinsam definieren wir deine Ziele und entwickeln Strategien zu deren Erreichung. Bei der Neukundengewinnung beginnen wir zum Beispiel mit der Erstellung einer Buyer Persona, die deinen idealen Kunden repräsentiert.



WERBEANZEIGEN

Wir machen uns ans Werk und gestalten einzigartige Werbeanzeigen, welche auf deine CI (Corporate Identity) oder die CI des Automobilherstellers abgestimmt sind.



KAMPAGNEN-ERSTELLUNG

Die erste Kampagne geht live! Entsprechend deiner Ziele legen wir den Fokus auf Bekanntheit, Anfragen oder Reichweite. Unseren Vorschlag senden wir dir vorab zur Durchsicht und Freigabe, falls du Änderungswünsche hast.



OPTIMIERUNG

Wir lieben Zahlen! Daher prüfen wir dauerhaft relevante Kennzahlen wie zum Beispiel Kosten pro Anfrage und optimieren deine Werbeanzeigen. Unser Ziel: viele Anfragen, kostengünstig, aber mit hoher Qualität für dich zu gewinnen.



WIR BEANTWORTEN DEINE FRAGEN.

Brauche ich wirklich eine Werbeagentur?

Du hast dich schon mal mit dem Thema Online-Marketing beschäftigt? Dann weißt du, dass erfolgreiche Werbeanzeigen zu schalten, kompliziert und verwirrend sein kann. Deshalb unterstützen wir Autohäuser mit zielgerichteter Werbung auf Facebook, Instagram, TikTok und Google. Da wir immer auf dem Laufenden sind können wir garantieren, dir stets beste Ergebnisse zu liefern.

Lohnt sich Werbung auf Facebook und Instagram?

Ist Wasser wirklich nass?

Facebook Ads sind auch in 2024 immer noch die effektivste Methode der Neukundengewinnung. Als Quelle für kalten Traffic haben Autohäuser die Möglichkeit, Millionen von Menschen zu erreichen, die vielleicht noch nie zuvor von deinem Autohaus gehört haben.

Wie viel kostet Facebook-Werbung?

Wie lang ist ein Stück Schnur?

Die Kosten für Facebook Ads sind für jedes Autohaus unterschiedlich. Der Preis hängt unter anderem von den folgenden Faktoren ab:

- Geschäftsziele (wenn du 10 vs. 50 Leads pro Tag erhalten möchtest, werden deine Werbekosten unterschiedlich hoch sein)
- Wettbewerb auf dem Markt (wenn dein Markt mit Wettbewerbern gesättigt ist, die eine Dienstleistung/ein Fahrzeug zu einem ähnlichen Preis bewerben oder wenn dein Markt nur wenige Wettbewerber hat, werden deine Werbekosten unterschiedlich ausfallen).

Warum sollte ich mit AdZurro zusammenarbeiten?

Alles, was wir für unsere Kunden tun, basiert auf den gleichen Erkenntnissen, Theorien und Prozessen, die wir als Agentur für unser eigenes Marketing verwenden.

Unser Team von erfahrenen Werbespezialisten freut sich darauf, dein Autohaus bei der Neukunden- und Mitarbeitergewinnung sowie Prozessoptimierung zu unterstützen.

Muss ich Änderungen an meiner Webseite durchführen?

Dies hängt von einigen Faktoren ab. Wenn wir Werbeanzeigen schalten und die Ergebnisse passen, müssen wir keine Änderungen vornehmen. Wenn wir andererseits Verbesserungen identifizieren (wie die Verbesserung der Webseiten-Geschwindigkeit oder zusätzliche qualitative Inhalte), die möglicherweise die Leistung deiner Werbeanzeigen verbessern würden, würdest du diese Änderungen doch sicherlich gerne umsetzen, oder?

Welche Autohäuser sind geeignet, um Werbung auf Facebook zu schalten?

Wir haben bereits erfolgreiche Werbekampagnen für Autohäuser aller Größen und unterschiedlicher Marken durchgeführt. Dadurch sind wir sicher, dass fast alle Autohäuser für Werbung auf Facebook geeignet sind.



* SCHLUSSWORT

In diesem Report haben wir dir gezeigt:

- mit welchen aktuellen Herausforderungen Autohäuser umgehen müssen,
- welche Plattformen derzeit besonders attraktiv sind, um neue Leads, aber auch Mitarbeiter zu gewinnen,
- wie du dein Google My Business Profil ansprechend einrichtest und
- wie du ohne Aufwand perfekt auf positive und negative Google Bewertungen antworten kannst.

Hast du bis hierhin gelesen, scheint dich das Thema Online-Marketing im Autohaus zu interessieren und du verstehst, welche Potenziale für dich noch vorhanden sind.

Wir verstehen, dass jedes Autohaus seine eigene Identität besitzt und passen unsere Services genau darauf an. Ob du punktuelle Unterstützung oder umfassende Marketingbetreuung benötigst – unser Portfolio deckt alles ab von Online-Werbung über Webentwicklung bis hin zur Mitarbeitergewinnung und Printanzeigen.

Ergreife jetzt die Initiative und finde heraus, wie Du Dein Autohaus-Marketing zum Überflieger machst.

Wenn nicht jetzt, wann dann?

Wir freuen uns, bald mit dir zu sprechen und dir zu helfen, durch einzigartige Werbeanzeigen dauerhaft neue Kunden zu gewinnen.

Sören





**Ergreife jetzt die Initiative und finde heraus, wie Du
Dein Autohaus-Marketing zum Überflieger machst.**

Vereinbare jetzt deine kostenfreie Beratung auf

**www.adzurro.de/autohaus-beratung oder
www.driveeee.de**



CASE STUDIES FÜR AUTOHAUS WERBEKAMPAGNEN

Fokus auf Leads für Nutzfahrzeuge. +214 Anfragen in 3 Monaten mit überdurchschnittlich hoher Abschlussquote.

| Ein/Aus | Anzeigengruppe | Ergebnisse ↓ | Reichweite | Impressionen | Kosten pro Ergebnis | Ausgegebener Betrag |
|---------------------------------|---|-------------------|------------------|----------------|---------------------|---------------------------|
| <input type="checkbox"/> |  Nutzfahrzeuge | 214 Website-Leads | 171.446 | 630.532 | 18,52 € Pro Lead | 3.964,28 € |
| Ergebnisse aus 1 Anzeigengruppe | | 214 Website-Leads | 171.446 Personen | 630.532 Gesamt | 18,52 € Pro Lead | 3.964,28 € Gesamtausgaben |

Fokus auf Leads für Neuwagen. +2.119 Anfragen in 4.5 Monaten mit überdurchschnittlich hoher Abschlussquote.

Kampagnen Anzeigengruppen

+ Erstellen Bearbeiten A/B-Test Regeln

| Ein/Aus | Kampagne | Ergebnisse | Reichweite | Frequenz |
|--------------------------|-------------------------------|-------------------|------------|----------|
| <input type="checkbox"/> | Captur Thermisch | 34 Website-Leads | 29.360 | 2,17 |
| <input type="checkbox"/> | Megane E-Tech Electric | 252 Website-Leads | 81.511 | 3,97 |
| <input type="checkbox"/> | Clio The 'K | 874 Website-Leads | 320.278 | 4,51 |
| <input type="checkbox"/> | C ng | 186 Website-Leads | 26.299 | 9,69 |
| <input type="checkbox"/> | FB_ PK Twingo Electric Z... | 773 Website-Leads | 422.618 | 3,74 |

Fokus auf Leads für Nutzfahrzeuge. +262 Anfragen in 3 Monaten mit überdurchschnittlich hoher Abschlussquote.

| Ein/Aus | Kampagne | Ergebnisse ↓ | Reichweite | Impressionen | Kosten pro Ergebnis | Ausgegebener Betrag |
|---------------------------|--|-------------------|-----------------|----------------|---------------------|---------------------------|
| <input type="checkbox"/> |  Master | 262 Website-Leads | 44.985 | 199.186 | 8,47 € Pro Lead | 2.219,94 € |
| Ergebnisse aus 1 Kampagne | | 262 Website-Leads | 44.985 Personen | 199.186 Gesamt | 8,47 € Pro Lead | 2.219,94 € Gesamtausgaben |

Fokus auf Leads für Neuwagen. **+1054 Anfragen** in 6 Monaten mit überdurchschnittlich hoher Abschlussquote.

| Ein/Aus | Kampagne | Auslieferung | Attribut | Ergebnisse | Reichweite |
|---------------------------|----------|--------------|------------|------------------------|---------------------|
| <input type="checkbox"/> | | Aktiv | 7 Tag(...) | 1.054 Website-Leads | 382.230 |
| Ergebnisse aus 1 Kampagne | | | | 1.054 Website-Leads | 382.227 Personen |

Fokus auf Leads für Neuwagen. **+414 Anfragen** in 2.5 Monaten mit überdurchschnittlich hoher Abschlussquote.

| Ein/Aus | Kampagne | Ergebnisse | Reichweite | Impressionen | Kosten pro Ergebnis | Ausgegebener Betrag |
|---------------------------|----------|----------------------|---------------------|-------------------|---------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | | 414 Website-Leads | 230.321 | 791.765 | 8,74 € Pro Lead | 3.618,75 € |
| Ergebnisse aus 1 Kampagne | | 414 Website-Leads | 230.328 Personen | 791.807 Gesamt | 8,74 € Pro Lead | 3.618,89 € Gesamtausgaben |

Job Kampagne "Verkäufer Online Vertrieb". **32 Bewerbungen** in 19 Tagen.

| Ein/Aus | Anzeigengruppe | Ergebnisse | Reichweite | Frequenz | Kosten pro Ergebnis |
|---------------------------------|----------------|--------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | | 32 Leads auf Facebook | 4.853 | 2,49 | 6,82 € Pro Leads auf Faceb... |
| Ergebnisse aus 1 Anzeigengruppe | | 32 Leads auf Facebook | 4.853 Kontenübersichts-Kon... | 2,49 pro Kontenübersichts-... | 6,82 € Pro Leads auf Facebook |

Job Kampagne "KFZ Mechaniker / Mechatroniker". **27 Bewerbungen** in 15 Tagen.

| Ein/Aus | Anzeigengruppe | Ergebnisse | Reichweite | Frequenz | Kosten pro Ergebnis |
|---------------------------------|----------------|--------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | | 27 Leads auf Facebook | 15.492 | 4,61 | 44,26 € Pro Leads auf Faceb... |
| Ergebnisse aus 1 Anzeigengruppe | | 27 Leads auf Facebook | 15.492 Kontenübersichts-Kon... | 4,61 pro Kontenübersichts-... | 44,26 € Pro Leads auf Facebook |

Job Kampagne "Serviceberater". **69 Bewerbungen** in 31 Tagen.

| Ein/Aus | Anzeigengruppe | Ergebnisse | Reichweite | Frequenz | Kosten pro Ergebnis |
|---------------------------------|----------------|--------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | | 69 Leads auf Facebook | 10.356 | 3,85 | 17,36 € Pro Leads auf Faceb... |
| Ergebnisse aus 1 Anzeigengruppe | | 69 Leads auf Facebook | 10.356 Kontenübersichts-Kon... | 3,85 pro Kontenübersichts-... | 17,36 € Pro Leads auf Facebook |

Von den innovativsten Autohäusern deutschlandweit vertraut

FISCHER
GRUPPE

DÜRKOP
Dein Auto. Unser Herzschlag.

WAHL-GROUP

DELLO GRUPPE

**Autohaus
Kockjoy**
GmbH


AUTOHAUS KRAUSE



SCAN MICH

AdZurro GmbH

+49 7153 572 1660

Telefon



info@adzurro.de

E-Mail



www.adzurro.de

www.driveee.de

Website



Johanniterstr. 18/1,
73207 Plochingen

Adresse



QUELLENANGABEN:

Social Media Plattformen:

- Statista. (2023). Anzahl der Social-Media-Nutzer weltweit in den Jahren 2012 bis 2023. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/739881/umfrage/monatlich-aktive-social-media-nutzer-weltweit/>
- Hubspot. (2023). Neue Daten: Statistiken zur Social-Media-Nutzung in Deutschland. <https://blog.hubspot.de/marketing/social-media-in-deutschland>
- Blog2Social. (2023). Social-Media-Nutzerzahlen 2023: Social-Media-Nutzer in Deutschland und weltweit. <https://www.blog2social.com/de/blog/social-media-nutzer/>
- Statista (2023). Welches soziale Netzwerk verdient am meisten mit Werbung?. <https://de.statista.com/infografik/30497/werbeeinnahmen-der-groessten-social-media-anbieter/>

Online Autokauf:

- Salesforce. (2020). Autokauf online: das treibt die Kunden ins Internet. <https://www.salesforce.com/de/blog/autokauf-online/>

Positive Bewertungen:

- PwC. (2018). Future of Customer Experience Survey. <https://www.pwc.com/us/en/advisory-services/publications/consumer-intelligence-series/pwc-consumer-intelligence-series-customer-experience.pdf>
- Nielsen. (2015). Global Trust in Advertising <https://www.nielsen.com/de/insights/2015/global-trust-in-advertising-2015/>
- Campaign Monitor. (2019). Email Marketing Benchmarks. <https://www.campaignmonitor.com/resources/guides/email-marketing-benchmarks/>
- BrightLocal. (2018). Local Consumer Review Survey. <https://www.brightlocal.com/research/local-consumer-review-survey/>
- Meffert, H., Burmann, C., & Kirchgeorg, M. (2018). Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele. Springer Gabler.
- Bruhn, M., & Hadwich, K. (2019). Dienstleistungsmanagement und Social Media: Werbeforschung, After-Sales-Service und Innovation. Springer Gabler.
- Homburg, C., & Stock-Homburg, R. (2017). Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung. Springer Gabler.
- Esch, F. R. (2018). Strategie und Technik der Markenführung. Vahlen.

QUELLENANGABEN:

Negative Bewertungen:

- Brightlocal. (2023). Local Consumer Review Survey 2023. <https://www.brightlocal.com/research/local-consumer-review-survey/>
- Reviewtrackers. (2022). Online Reviews Statistics and Trends: A 2022 Report by ReviewTrackers. <https://www.reviewtrackers.com/reports/online-reviews-survey/>
- Lightspeed. (2023). How To Respond To Negative Reviews: 7 Tips To Boost Your Ratings. <https://www.lightspeedhq.com/blog/how-to-respond-to-negative-reviews/>
- Forbes. (2018). How to Respond to Negative Reviews. <https://www.forbes.com/sites/ryanerskine/2018/12/31/how-to-respond-to-negative-reviews-including-examples/?sh=198e22917534>
- Checkfront. (2021). How to Respond to a Bad Google Review. <https://www.checkfront.com/blog/how-to-respond-to-negative-travel-reviews/>
- Spiegel Research Center. (2021). How Online Reviews Influence Sales. https://spiegel.medill.northwestern.edu/wp-content/uploads/sites/2/2021/04/Spiegel_Online-Review_eBook_Jun2017_FINAL.pdf

Videomarketing:

- Marconomy. (2019). Wie Autohäuser von der Digitalisierung profitieren. <https://www.marconomy.de/wie-autohaeuser-von-der-digitalisierung-profitieren-a-796322/>

Online Services:

- Websiteberater. (2023). 39 klare Vorteile eines Online-Buchungssystems (und 3 Nachteile). <https://websiteberater.com/39-klare-vorteile-eines-online-buchungssystems-und-3-nachteile/>
- Hubspot. (2023). KI im Kundenservice: Passt das zusammen?. <https://blog.hubspot.de/service/ki-kundenservice>

Chatbots:

- Hubspot. (2023). Chatbots: Ein umfassender Leitfaden. <https://blog.hubspot.de/service/chatbots-kundenservice>
- Chat360. (2023). Website Chatbot Integration: Everything you need to know. <https://chat360.io/blog/website-chatbot-integration-everything-you-need-to-know/>
- Zendesk. (2023). Infografik: Chatbots und KI in Deutschland. <https://www.zendesk.de/blog/infografik-chatbots-und-ki-in-deutschland/>

Virtuelle Showrooms:

- Skoda. (2021). ŠKODA AUTO startet virtuellen Showroom als Pilotprojekt. <https://www.skoda-storyboard.com/de/pressemitteilungen-archive/skoda-auto-startet-virtuellen-showroom-als-pilotprojekt/>
- Science Soft. (2021). Virtual Reality (VR) in der Automobilindustrie: 5 W-Fragen beantwortet. <https://www.scnsoft.de/blog/virtual-reality-in-der-automobilindustrie>