



Corona hat erheblichen Einfluss auf alle, die im Autohaus-Marketing und Automobil-Vertrieb tätig sind. Um Ihnen in den schweren Zeiten zu helfen, haben wir für Sie die dringendsten Maßnahmen aufgelistet, an die man im Autohaus-Marketing jetzt denken sollte.

10 TIPPS FÜR IHR AUTOHAUS-MARKETING IN ZEITEN DES CORONAVIRUS.

1. Arbeiten Sie an Ihrer Marketing-Organisation.

Die "virusbedingte Vollbremsung" scheint ein guter Anlass zu sein, liegengebliebene Themen aufzugreifen. Nutzen Sie die jetzt verfügbare Zeit, Ihre Marketing-Organisation weiterzuentwickeln und Ihr Know-How aufzufrischen. Falls Sie Quellen und Tipps suchen, wir helfen gerne: ml@autohausdigital.at.

2. Digitalisieren Sie Ihr operatives Marketing!

Die Aufmerksamkeit der Menschen in der Zeit der Quarantäne verlagert sich sehr stark auf das Internet. Hersteller und Händler müssen jetzt verstärkt in Ihr Online-Marketing investieren. Eine funktionierende Online-Struktur ist aktuell wichtiger, denn je: Webseite, CRM, Social Media, Suchmaschinen, Newsletter, Bewertungen, Gebrauchtwagen-Portale usw.

3. Pflegen Sie Ihre Webseite und Ihren Google My Business Account.

Veröffentlichen Sie laufend Informationen zur aktuellen Situation. Veröffentlichen Sie Ihre Notfallnummern, Erreichbarkeiten und E-Mail-Adressen des Verkaufs- und Serviceteams.

4. Nutzen Sie soziale Medien, um mit Ihren Kunden in Kontakt zu bleiben!

Posten Sie unbedingt weiter auf Ihren Facebook-Seiten, Instagram-Accounts und LinkedIn-Profilen. Vor allem Stammkunden fühlen mit Ihrem Betrieb und möchten wissen, wie es Ihnen und Ihren Mitarbeitern geht.

5. Adaptieren Sie die Inhalte Ihrer digitalen Kampagnen.

Awareness, Branding- und Imagekampagnen sollten Sie uneingeschränkt fortführen. Pausieren Sie jedoch die aktive Lead-Generierung für Probefahrten. Tipp: Ändern Sie das Wording Ihrer Kampagnen von "Jetzt Probefahren" auf "Jetzt Online Kennenlernen" oder "Wir beraten Sie auch gerne per E-Mail, Telefon, WhatsApp oder Messenger".

6. Optimieren Sie Ihre Suchmaschinen-Kampagnen!

Nutzen Sie die Zeit für eine Analyse der Keywords in Ihren Google AdWords Kampagnen und Ihres Website-Traffics. Stoppen Sie die Kampagnen auf keinen Fall, sonst verlieren Sie wertvoll aufgebaute Sichtbarkeiten und Rankings.

7. Pflegen Sie Ihr CRM und arbeiten Sie an Ihrem Lead-Prozess.

Wann haben Sie zum letzten Mal Karteileichen aus Ihrem CRM entfernt? Hat jeder Kontakt in Ihrem CRM eine E-Mail-Adresse hinterlegt? Lassen Sie Ihre Verkaufsteams zum Telefon greifen und fehlende Kundendaten ergänzen. Das geht bei Cloud-basierten Lösungen auch von zu Hause aus. Gut gepflegte Kundendaten bergen enormes Umsatzpotenzial!

8. Ergänzen Sie ihr analoges Geschäftsmodell um digitale Dienste!

Was spricht gegen eine Live-Video-Fahrzeugpräsentation, um Kunden anzusprechen beziehungsweise neue Kundendaten zu gewinnen? Die wichtigsten sozialen Medien bieten alle nötigen Tools, um das mit wenig Aufwand umzusetzen. Der Verkauf über Live-Videos beziehungsweise über Live-Streaming ist in anderen Märkten bereits im Anmarsch. Nutzt den Videoview auch zum Aufbau von Zielgruppen, für einen erfolgreichen Kampagnenstart für die Zeit nach der Krise! Sollten Sie Informationen hierzu benötigen, stehen wir Ihnen Wolfgang gerne via wg@autohausdigital.at zur Verfügung!

9. Planen Sie für die Zeit nach der Krise.

Denken Sie schon heute an die Zeit nach der Krise. Erfahrungsgemäß steigen die Anfragen sowie die Abschlüsse rasch, nachdem der Alltag wieder Einzug gehalten hat. Aktualisieren Sie Ihre Newsletter-Empfängerlisten, sammeln Sie Inhalte für soziale Medien, Optimieren Sie Ihre Webseite und planen Sie die Budgets und Schwerpunkte für die kommenden Monate.

10. Wechseln Sie in den "Zukunft-Modus"!

Nutzen Sie die Krise, um ihr Marketing dadurch weiterzuentwickeln. Probieren Sie neues aus. Verlagern Sie von "analog" in Richtung "digital". Stellen Sie die Weichen auf "Zukunft".