



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.

## 6 TIPPS FÜR IHR AUTOHAUS-MARKETING IN ZEITEN DES CORONAVIRUS.

### 1. Arbeiten Sie an Ihrer Marketing-Organisation.

Die "virusbedingte Vollbremsung" scheint ein guter Anlass gewesen zu sein, liegengebliebene Themen aufzugreifen. Hören Sie nicht auf, Ihre Marketing-Organisation weiterzuentwickeln und Ihr Know-How zu erweitern! Probieren Sie neues aus und etablieren Sie eine Fehlerkultur.

### 2. Digitalisieren Sie Ihr operatives Marketing!

Die Aufmerksamkeit der Menschen hat sich seit Beginn der Corona-Krise sehr stark auf das Internet verlagert. Es wurde dadurch klarer, dass die Investitionen ins digitale Marketing nachhaltige Erfolge erzielen können. Eine funktionierende Online-Struktur ist jetzt wichtiger, denn je. Seien Sie ehrlich zu sich selber - wie fit sind Sie in den Bereichen: Webseite, digitaler Showroom, CRM, Social Media, Suchmaschinen, Newsletter, Bewertungen, Portale usw.

### 3. Pflegen Sie Ihre Social Media Kanäle und Ihren Google My Business Account.

Veröffentlichen Sie laufend Informationen zu Ihren Corona-Maßnahmen: Wie funktionieren Auslieferungen? Wie läuft eine Probefahrt? Wie funktioniert die kontaktlose Werkstattannahme? Bieten Sie Auto-Desinfektionen an? Aktualisieren Sie Ihre Erreichbarkeiten und E-Mail-Adressen des Verkaufs- und Serviceteams. Posten Sie die Punkte in Ihrem Google My Business Profile, auf Ihren Facebook-Seiten, Instagram-Accounts und LinkedIn-Profilen.

### 4. Erweitern und optimieren Sie Ihre Suchmaschinen-Kampagnen!

Wenn Sie die Zeit im Lock-Down für eine Analyse der Keywords in Ihren Google AdWords Kampagnen und Ihres Website-Traffics genutzt haben, ist jetzt der Zeitpunkt gekommen um nochmals eins draufzulegen. Erhöhen Sie gezielt Ihre Mediabudgets, um Ihrer digitalen Sichtbarkeit und den Rankings rund um Ihre wichtigsten Suchbegriffe einen schönen "Post-Corona-Boost" zu geben. Testen Sie anlassbezogene Suchbegriffe à la "was ist das beste Familienauto" oder "Vorsteuerabzugsberechtigte Pick-Up" usw.

### 5. Tunen Sie Ihre digitalen Kampagnen.

Annahme: Awareness, Branding- und Imagekampagnen wurden während des Lock-Downs uneingeschränkt fortgeführt. Im Idealfall haben Sie die Kampagnen genutzt, um spezifische Zielgruppen-Pools aufzubauen. Jetzt ist es an der Zeit, die aktive Lead-Generierung für Probefahrten wieder zu starten. Übernehmen Sie dazu die attraktiven Hersteller-Aktionen und nutzen Sie die nach wie vor günstigen digitalen Reichweiten.

### 6. Wechseln Sie in den "Zukunft-Modus" und bleiben Sie dabei!

Hören Sie nicht auf, ihr Marketing weiterzuentwickeln. Es macht heutzutage keinen Sinn, sich über die Anzeigengrößen der regionalen Wochenzeitung Gedanken zu machen. Diese Zeiten sind vorüber. Probieren Sie neues aus. Verlagern Sie von "analog" in Richtung "digital". Stellen Sie die Weichen auf "Zukunft" und geben Sie Vollgas!