



E-Marketing Strategien für den Handel



Google-Suche

Auf gut Glück!

Tanja Hufschmidt
Project Lead Automotive
Google Germany

Oktober 2015



1987



2010



1988



2008



1998



2013

16

1982



2014



1989



2015





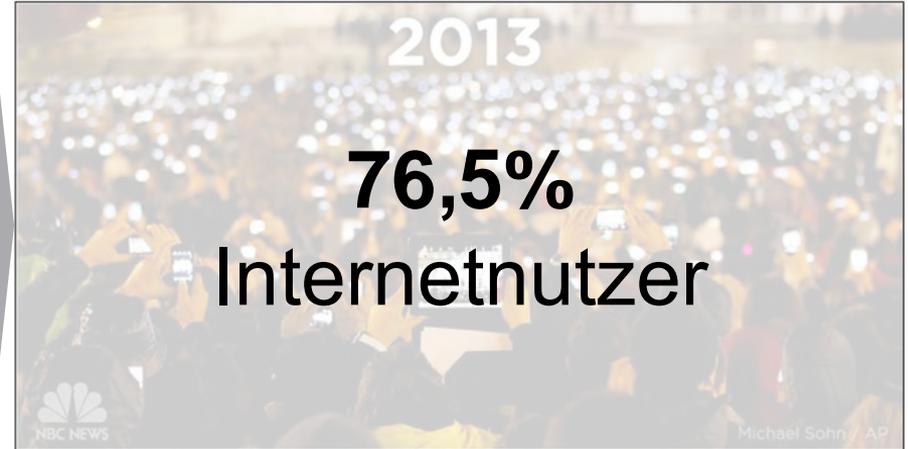
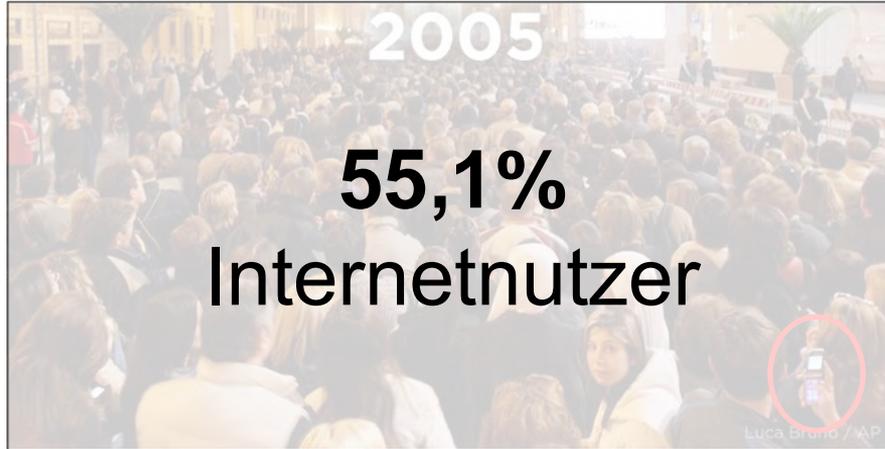
Neue Medien?

Technologie hat unser Verhalten verändert.



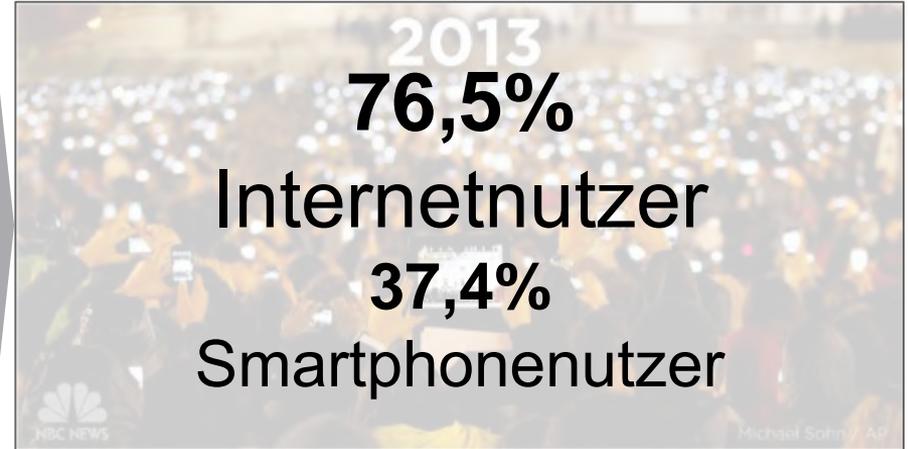
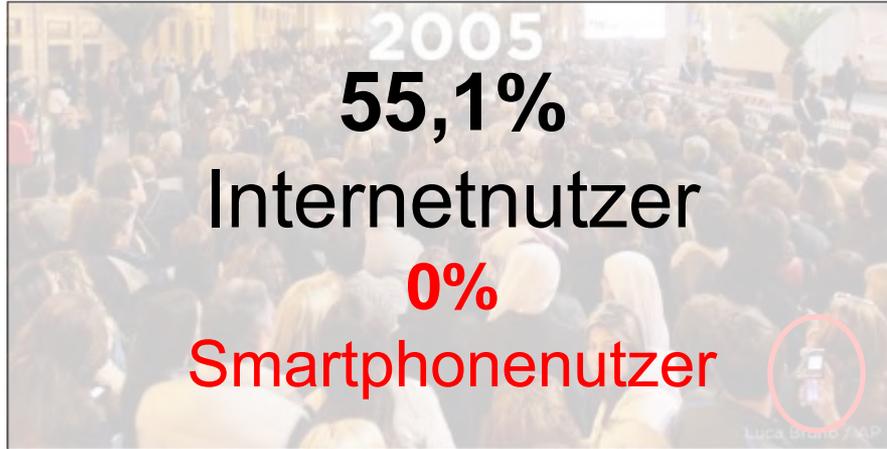
Informationen sind dank Smartphones ständig verfügbar und können unmittelbar geteilt werden.

Technologie hat unser Verhalten verändert.

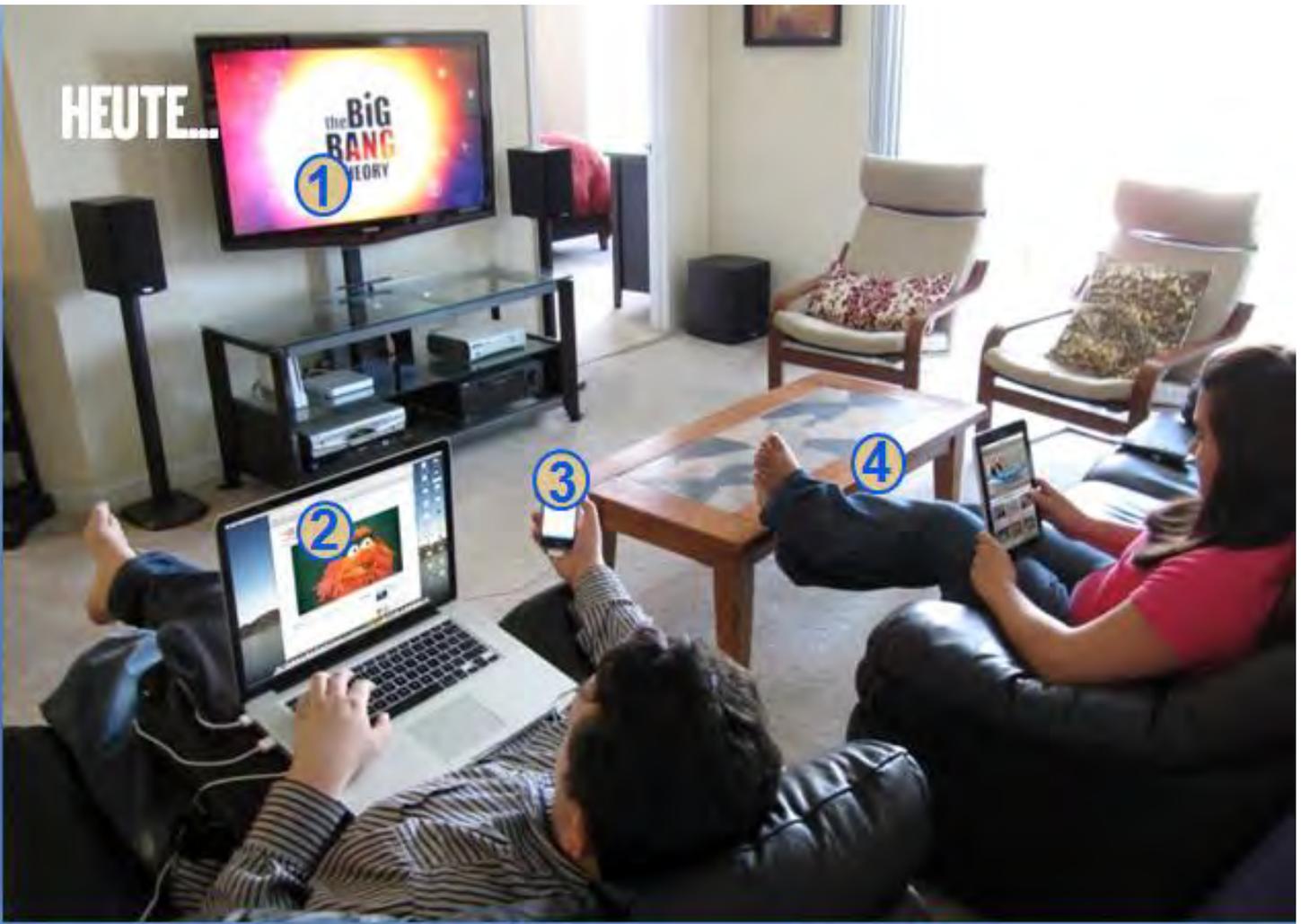


Informationen sind dank Smartphones ständig verfügbar und können unmittelbar geteilt werden.

Technologie hat unser Verhalten verändert.



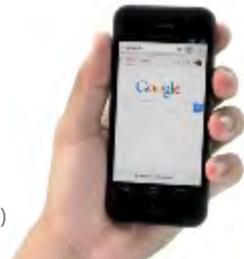
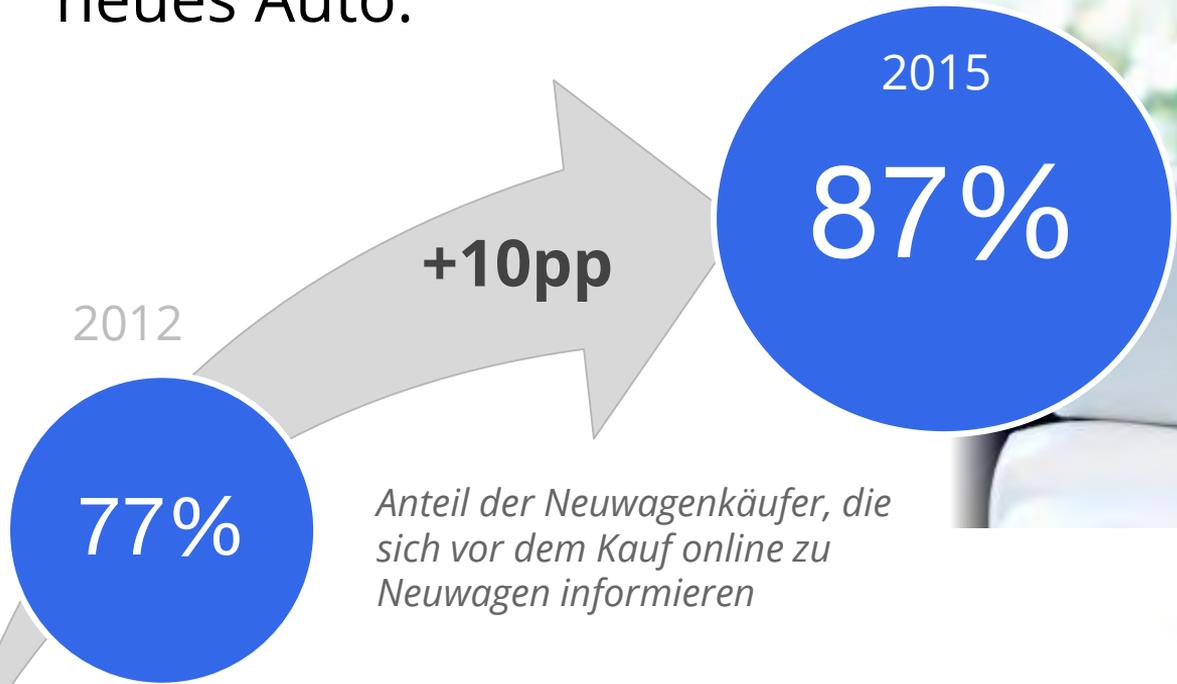
Informationen sind dank Smartphones ständig verfügbar und können unmittelbar geteilt werden.



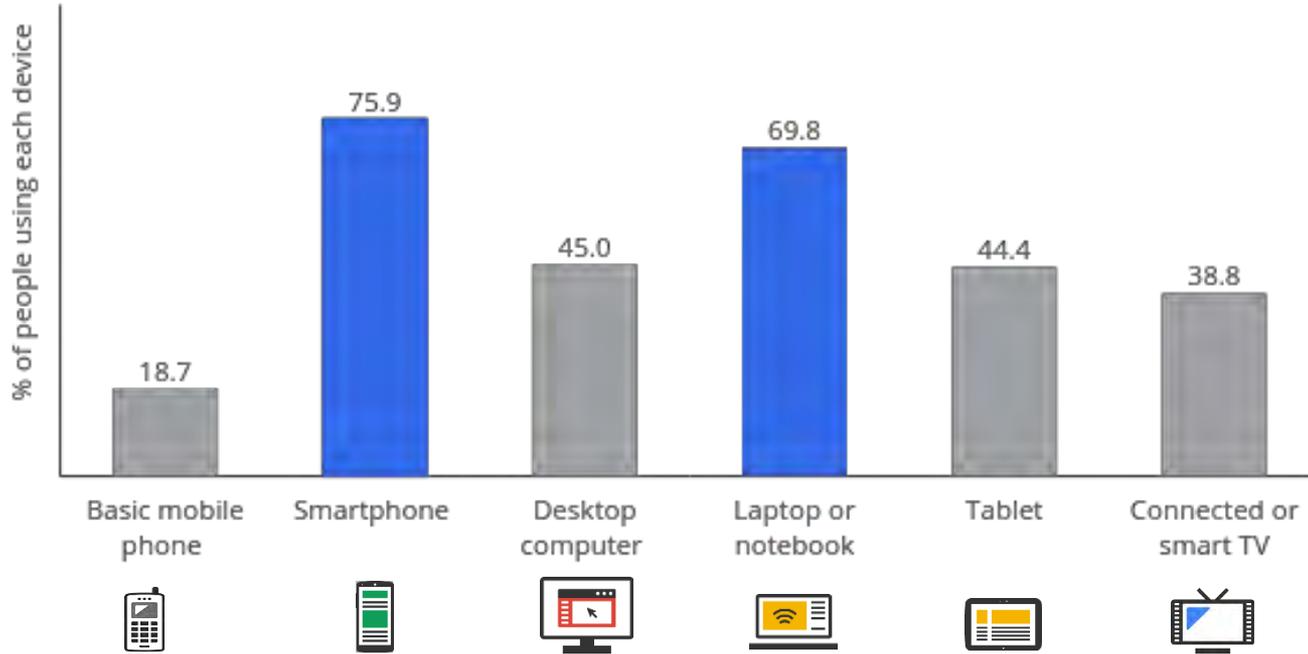
Der Weg des Kunden



Das ist Paul. Er braucht ein neues Auto.



Paul nutzt im Durchschnitt drei Geräte zur Recherche.
Er bevorzugt das Smartphone und/oder den Laptop.



3.0
Connected devices
are used on average

Was passiert, wenn Paul im Internet sucht?

SEM

= Suchmaschinenmarketing
(Search Engine Marketing)

The screenshot shows a Google search for "kleinwagen angebote". The search results are annotated with two boxes:

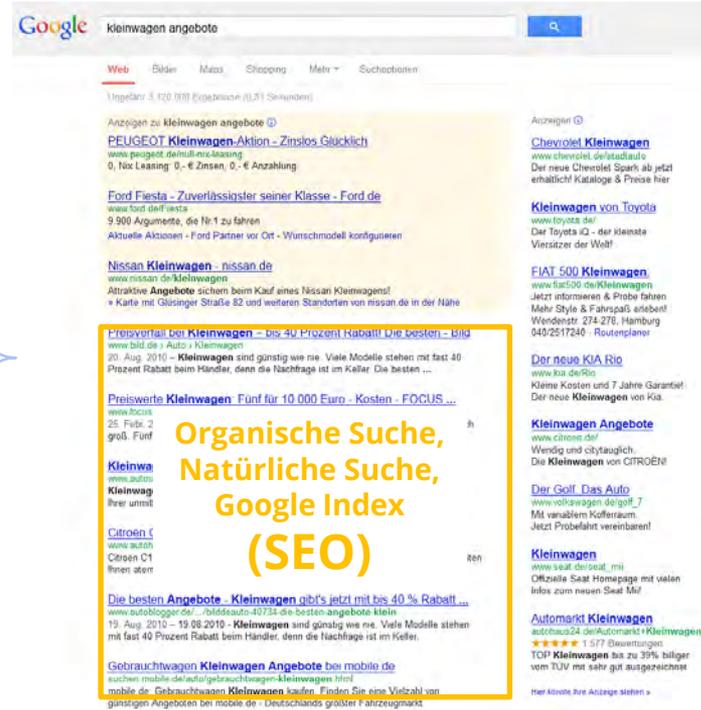
- ANZEIGEN (SEA)** (Search Engine Advertising): A blue-bordered box highlights the top search results, which are paid advertisements. These include offers from Peugeot, Ford Fiesta, Nissan Kleinwagen, and Chevrolet Kleinwagen. The text "ANZEIGEN (SEA)" is written in large blue letters over the ads.
- Organische Suche, Natürliche Suche, Google Index (SEO)** (Organic Search, Natural Search, Google Index): A yellow-bordered box highlights the organic search results below the ads. These include articles from Focus, Kleinwagen, Citroen C1, and Autokauf.de. The text "Organische Suche, Natürliche Suche, Google Index (SEO)" is written in large orange letters over the organic results.

Was passiert, wenn Paul im Internet sucht?

SEM

= Suchmaschinenmarketing
(Search Engine Marketing)

SEO: *nicht* käuflich
automatisiert
basiert auf Website



Organische Suche,
Natürliche Suche,
Google Index
(SEO)

Was passiert, wenn Paul im Internet sucht?

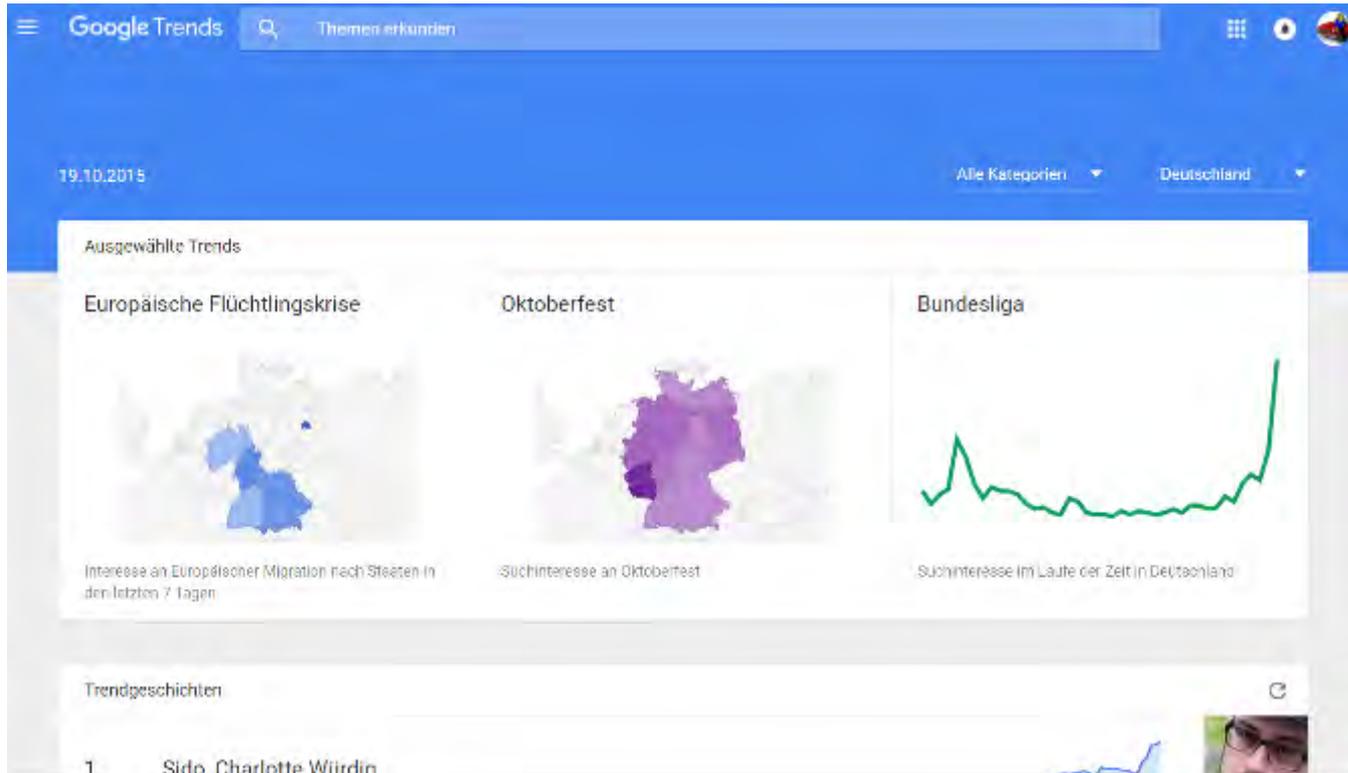
SEM

= Suchmaschinenmarketing
(Search Engine Marketing)

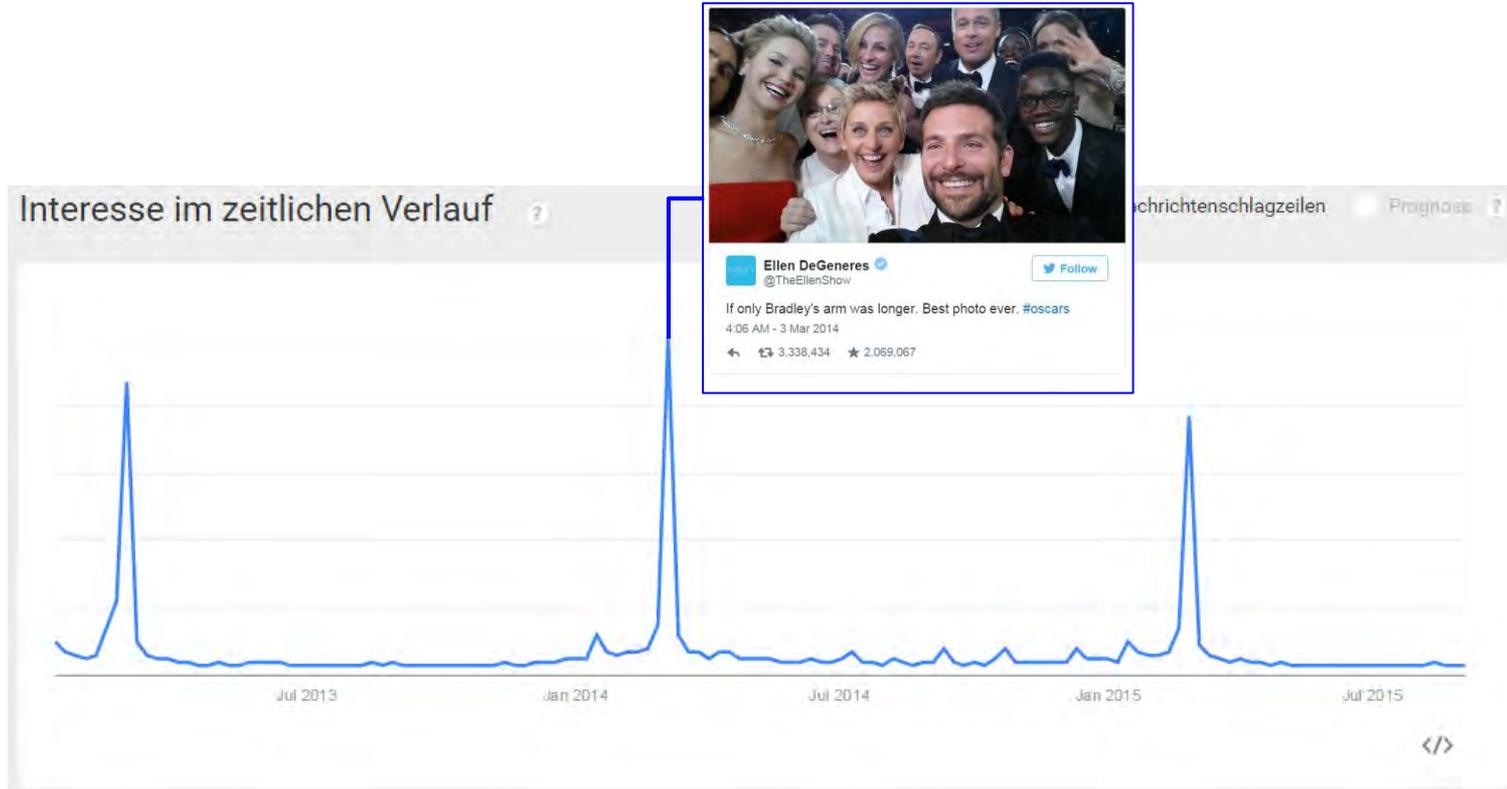
SEA: käuflich (bezahlt pro Klick)
Auktionsverfahren
basiert auf Suchbegriffen



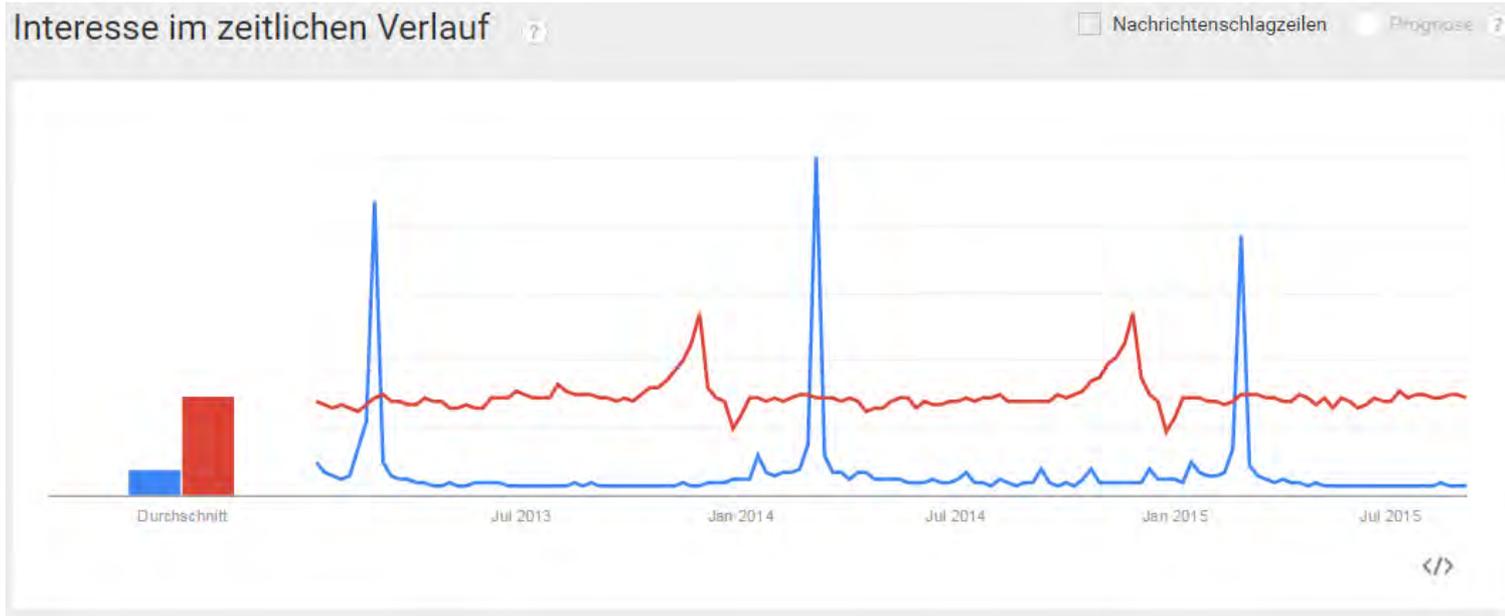
Und Paul sucht nicht nur nach Neuwagen. Mit Google Trends "hot topics" identifizieren:



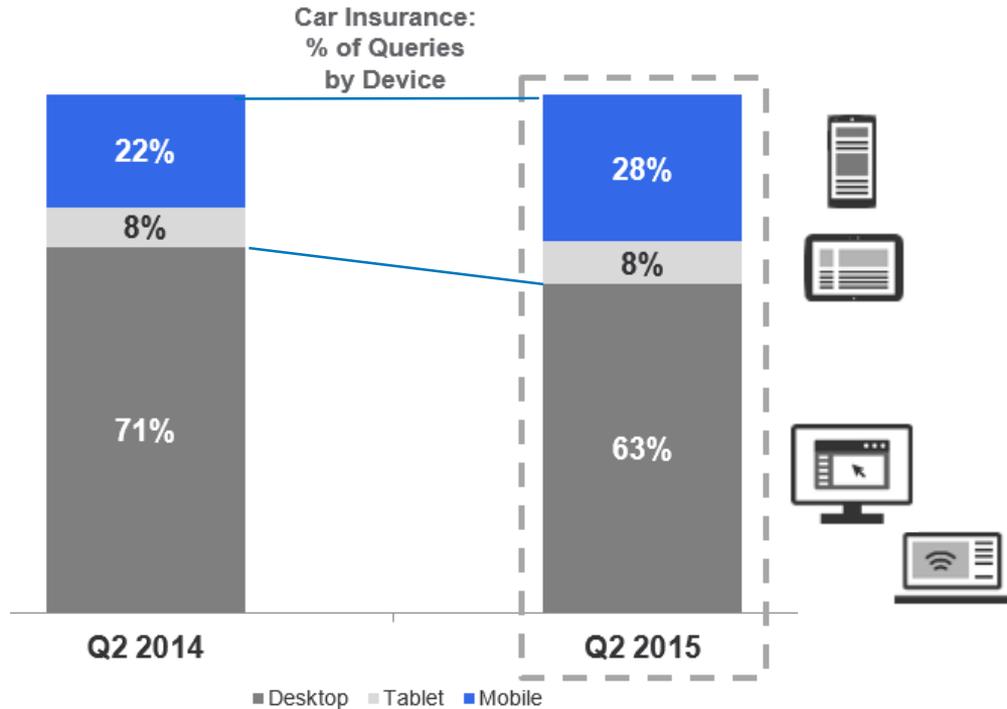
Typisches Suchinteresse zur Oscar-Verleihung



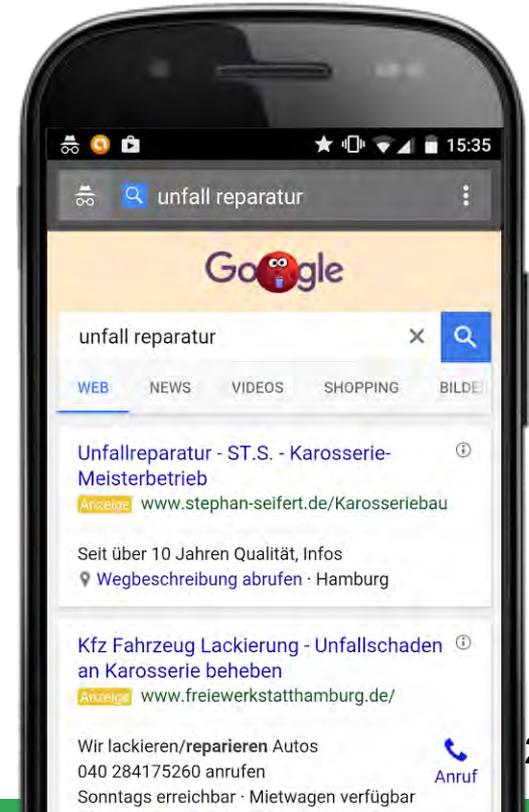
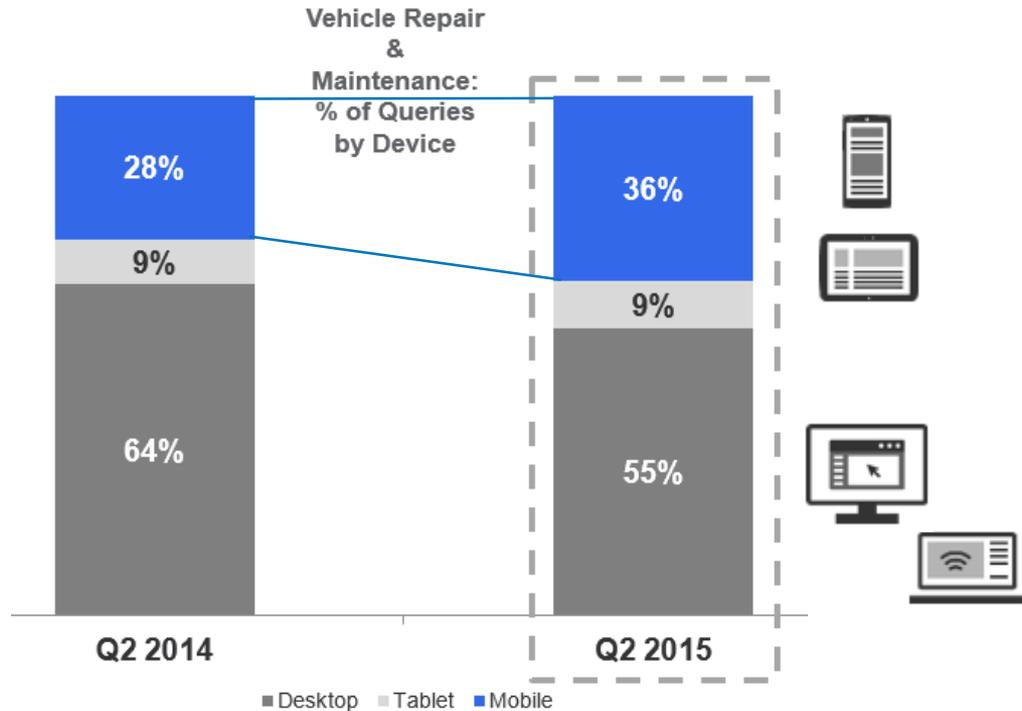
Was suchen die Deutschen hier?



Jeder Dritte greift zu Smartphone oder Tablet, um nach Informationen zum Thema "Autoversicherungen" zu suchen.



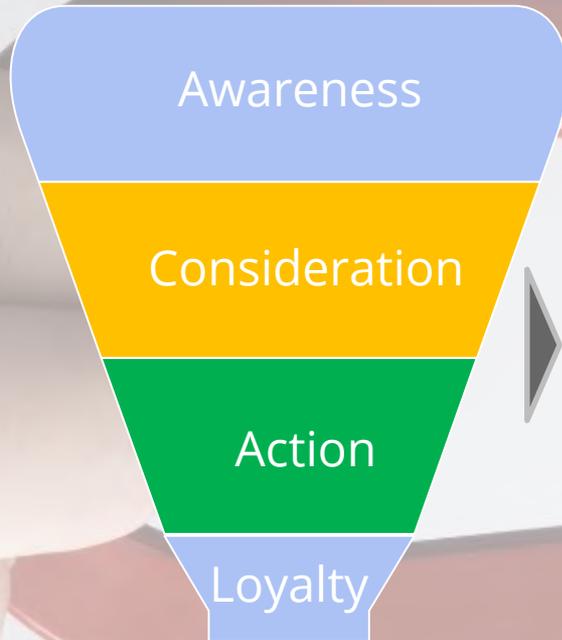
Mehr als ein Drittel aller Google-Suchen zum Thema „Autoreparatur“ werden allein über Smartphones getätigt!



Paul *geht* nicht online, er *lebt* online.
Wie können Sie Paul erreichen und von sich überzeugen?



Mit digitalen Medien haben Sie Werkzeuge, um Menschen wie Paul zu erreichen und potenzielle Kunden zu identifizieren, *bevor* Sie für Werbung zahlen.



MISSION

Senden Sie zur richtigen Zeit
an die richtigen Leute eine
relevante Botschaft.



Was können
Sie *heute*
tun?



1. Inhalt - Verstehen Sie Ihre Webseite als Erweiterung Ihres Verkaufsraums.

2. Sichtbarkeit - Machen Sie Ihr Geschäft auffindbar.

3. Service – Machen Sie es Ihren Kunden so leicht wie möglich, mit Ihnen in Kontakt zu treten.



Ihre Leistung
online erlebbar
machen.



Der Informationsbedarf ist nach wie vor hoch – doch fallen immer mehr Käufer ihre Kaufentscheidung im „virtuellen Showroom“.

Autostadt Wolfsburg



2014 Besucher

~ 2.2 Millionen!

www.volkswagen.de

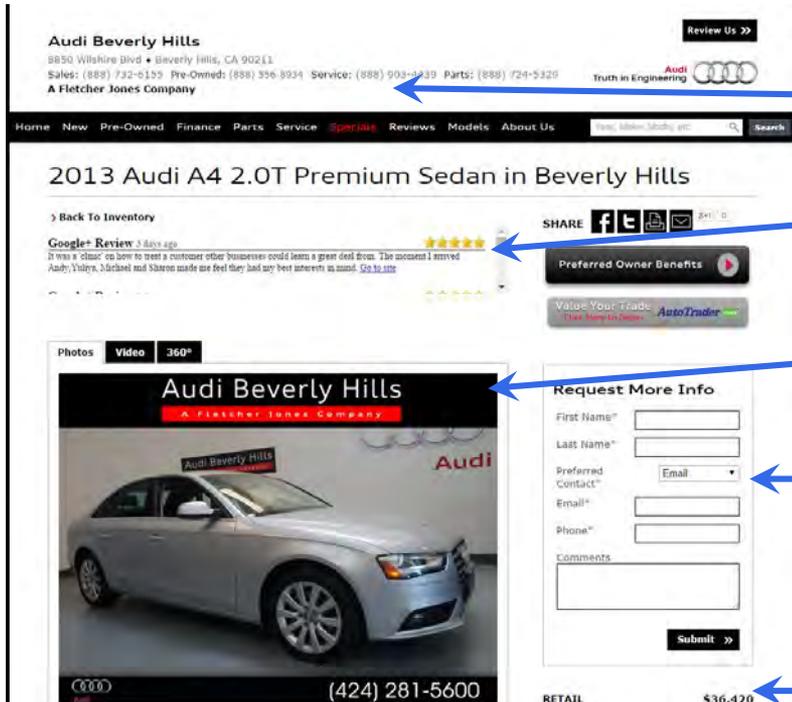


2014 Besucher

~ 3.1 Millionen!

Januar bis Juni!

Besuchen Sie Ihren eigenen virtuellen Raum. Gibt es dort relevante Inhalte und sichtbare/klickbare Kontaktdaten?



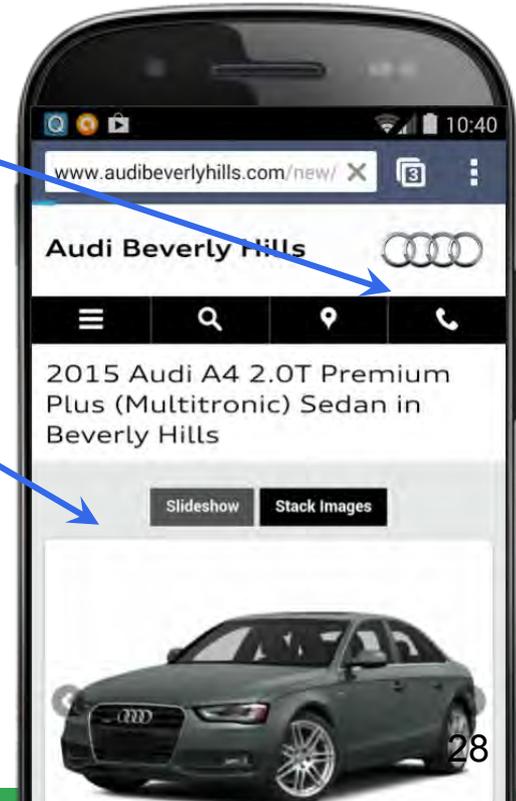
klickbare Kontaktdaten

Kundenbewertungen

informative Bilder

kurzes Anfrageformular

Informationen zu Kosten



Google Business View ermöglicht den virtuellen Rundgang im Showroom – auch in Verknüpfung mit der Website des Händlers.

The screenshot shows the Google Maps interface for setting up a Business View. It features a three-step process: 1. Kontaktaufnahme (Contact), 2. Terminvereinbarung (Appointment), and 3. Fertig! (Done!). Below this is a search for photographers and agencies in the user's vicinity, showing results for 'bitzdesign' and 'albrecht-medien' in Aachen.

BUSINESS VIEW SCHNELL UND EINFACH HINZUFÜGEN

SCHRITT 1
Kontaktaufnahme
Nehmen Sie mit einem von Google zertifizierten Fotografen oder einer zertifizierten Agentur Kontakt auf.

SCHRITT 2
Terminvereinbarung
Vereinbaren Sie für die Fotoaufnahmen einen für Sie passenden Termin.

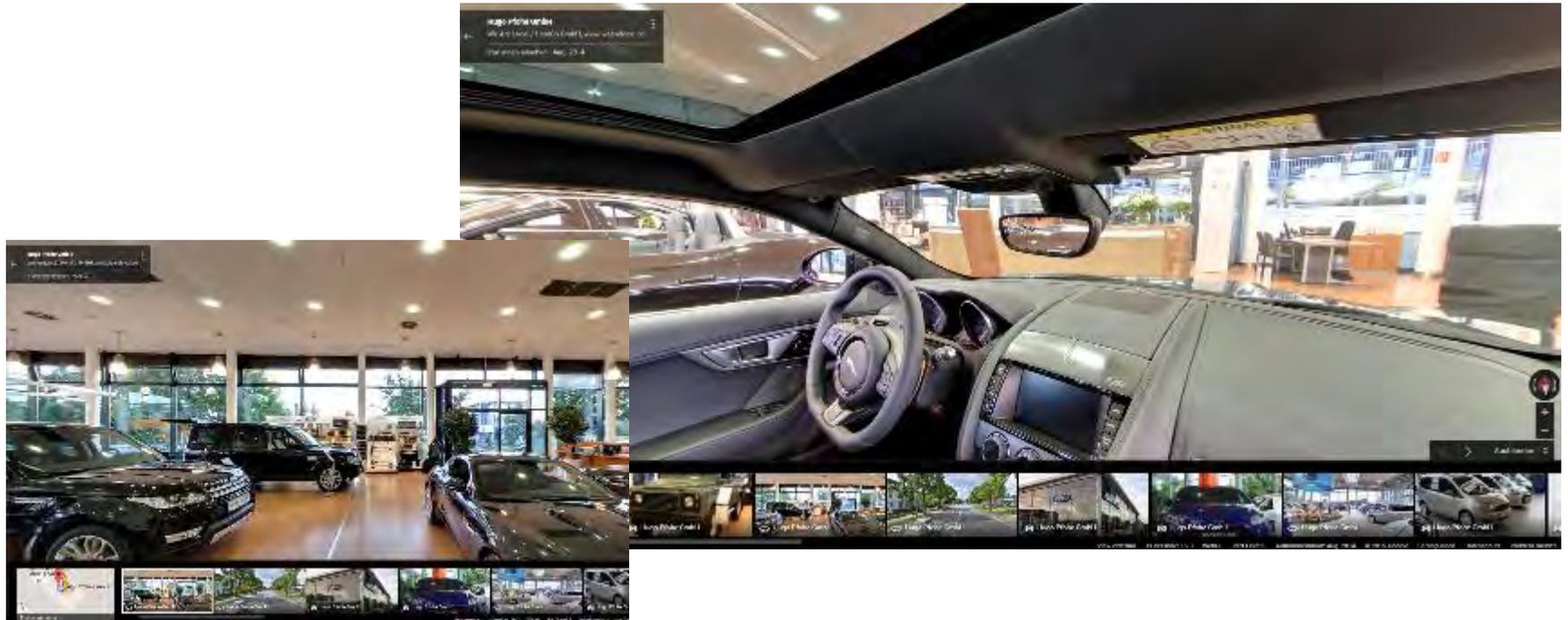
SCHRITT 3
Fertig!
Nach dem Fototermin erledigt der Fotograf den Rest.

FOTOGRAFEN UND AGENTUREN IN MEINER NÄHE
Zertifizierte Fotografen und zertifizierte Agenturen sind von Google geschult und zertifiziert.

Deutschland Nach Region filtern Nach Stadt filtern

bitzdesign	Aachen	info@bitzdesign.de	0241 463 715 02
Jörg Albrecht	Aachen	info@albrecht-medien.de	0241-9291452
Sebastian Febak	Aachen	sebastian.febak@febak-medien.de	02401-6938640

Google Business View ermöglicht den virtuellen Rundgang im Showroom – auch in Verknüpfung mit der Website des Händlers.



Audi geht in UK neue Wege und sorgt mit AudiCam für mehr Transparenz bei Serviceterminen und Reparaturen.

New Car Sales : 01 902 3611 Used Car Sales : 01 902 3546 Servicing : 01 902 3541

Saved Vehicles Live Chat Follow Us

Audi South Dublin

Vorsprung durch Technik Audi

Home New Cars Used Cars Offers Finance Servicing & Parts About Contact Us

You are here: Home > Servicing, Parts & Finance > Audi Cam

Audi Cam

What is Audi Cam?

Audi Cam is a revolutionary online service that gives you complete transparency about the work we recommend for your vehicle.

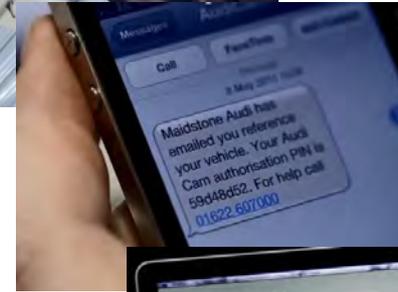
Audi Cam is used in all of our Workshops so when work is required on your Audi we won't just tell you, we'll show you. Audi Cam allows our technicians to film a short video that you can view on your computer or mobile device to tell you about the work they recommend. That's the Audi Difference.

How it works

1. When you bring your car in for service or maintenance request the Audi Cam service.
2. If we find points that require your attention while inspecting your Audi, an Audi trained technician will capture any work required on a high-quality hand held camera, clearly explaining each issue and providing you with possible solutions.
3. Within minutes you'll receive an email containing a link to the video and a text message including a secure PIN.
4. Using your PIN you can view the video on your mobile device or computer. Each issue will have its own separate clip to minimise file size and each issue will also be graded as either 'urgent', 'advisory' or 'for info' to give you a clear idea of its severity.
5. If you are happy for us to proceed, you can approve the work right away. Alternatively, request a call back for more information from one of our Audi service advisors.

[Book Your Audi Service Now](#) [Service, Parts or Repair Enquiry](#)

Live Chat Back to Top



Den „virtuellen
Verkaufsraum“
sichtbar machen.



Klassische Medien:



TV Spots



Radio



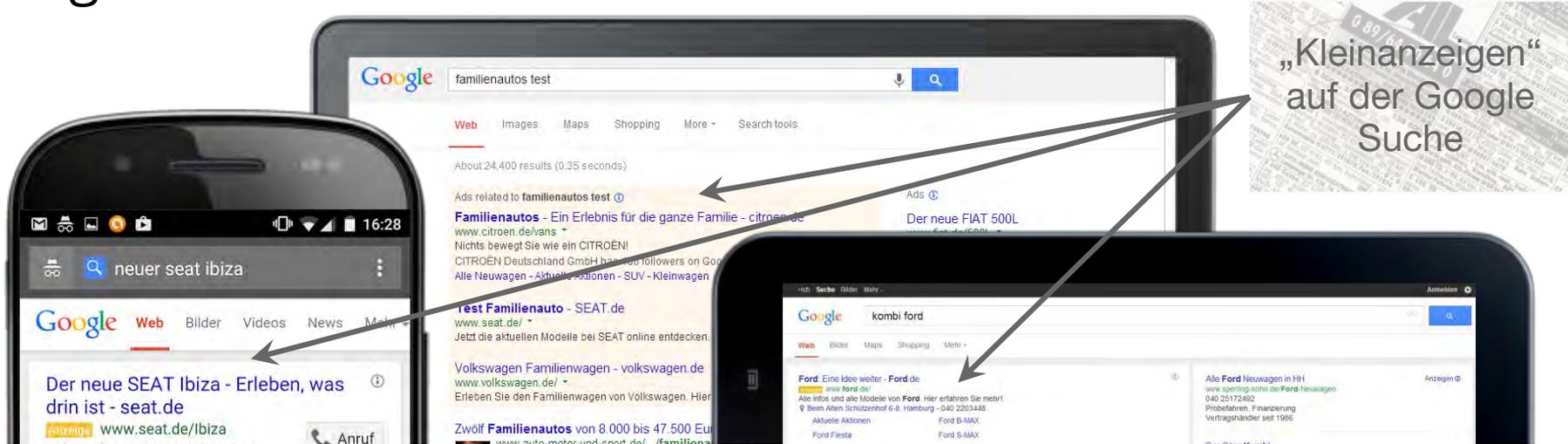
Print Anzeigen



Outdoor

Sie suchen nach **Käufern**.

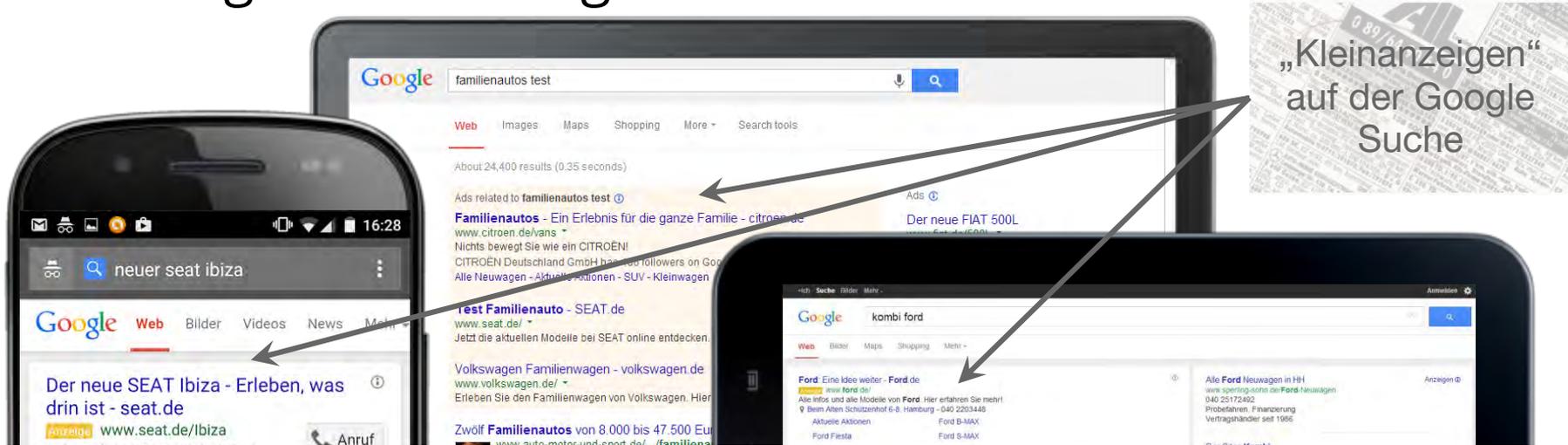
Digitale Medien:



Käufer suchen nach Ihnen.



Werbung auf der Google Suche:



Sie zahlen nur für Klicks.

m **Anzeige** Auf Google Play herunterladen
**Neuer Seat Ibiza Jetzt App
downloaden!** **Installieren**

neuer ibiza - Seat Deutschland GmbH
www.seat.de › ibiza-neu › entdecken
Der neue SEAT Ibiza ist unglaublich vielfältig – so
ist mit ihm jetzt noch mehr drin: Mit den neuen

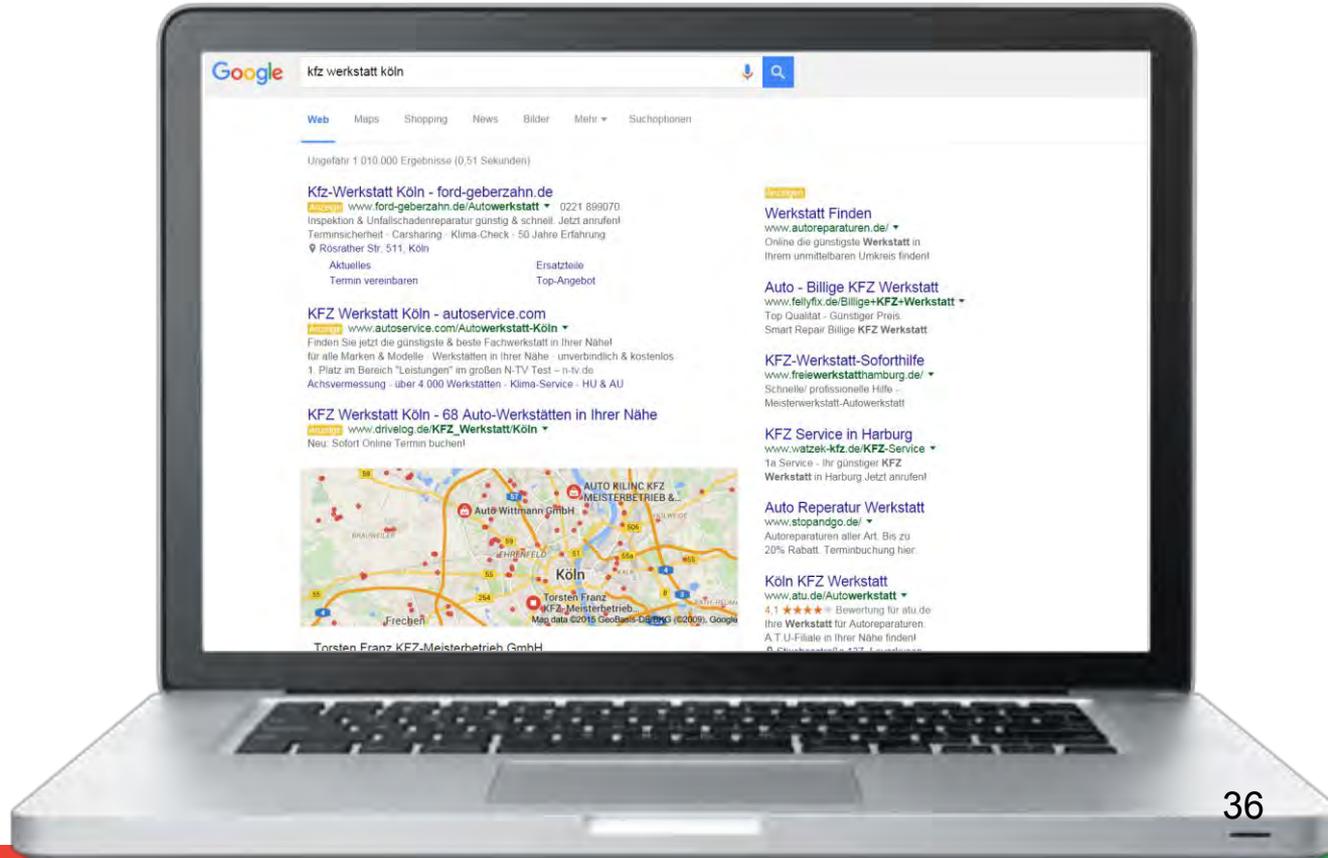
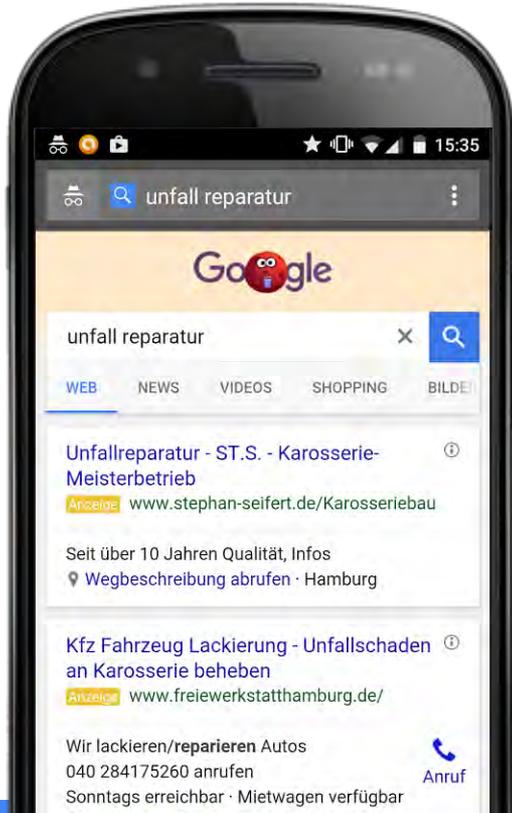
Bilder **Ungeeignete Bilder melden**



Ford Kombi
www.ford.de
Ford Modelle in jeder Preisklasse.
Hier finden Sie Ihren Ford!

Ford Turnier Kombi bei eBay
www.ebay.de/turnier
Ford Turnier Kombi günstigster kaufen
Ford Turnier Kombikauf man bei eBay!

Versetzen Sie sich in Paul. Suchen Sie Ihr Angebot, nicht nur Ihren Namen. Machen Sie Ihr Angebot sichtbar.



Interessenten aus dem „virtuellen Verkaufsraum“ zu Kunden machen.



Konkrete Angebote kommunizieren und Kauf anbahnen.

The screenshot shows the website for Antelope Valley Nissan. At the top, the contact information is highlighted with a green box: SALES: 888-890-5040 SERVICE: 866-959-6258, 451 Auto Center Drive, Palmdale, CA 93551. Below this is a navigation menu with 'Service & Parts' selected. The main content area is titled 'Service & Parts Specials' and features three promotional cards. The first card, 'Lube and Tire Rotation', is priced at \$39.95 and has a 'Print Coupon' and 'Send to Mobile' button circled in green. The second card, '2-Wheel Front End Alignment', is priced at \$79.95. The third card, '2-Wheel Front End Alignment', is priced at \$99.95. A total price of \$115.95 is shown at the bottom left.

- Kontaktdaten immer im Blickfeld
- Coupon zum Ausdrucken

Konkrete Angebote kommunizieren und Kauf anbahnen.

Antelope Valley Nissan
SALES: 888-890-5040 SERVICE: 866-959-6258
451 Auto Center Drive, Palmdale, CA 93551

Service & Parts Specials

Featured Vehicles **Service & Parts Specials (5)**

All (5) Oil Change (1) General (4)

\$39.95 Lube and Tire Rotation

\$79.95 2-Wheel Front End Alignment

\$99.95 2-Wheel Front End Alignment

Print Coupon **Send to Mobile**

\$115.95

Service & Parts Finance About Us Contact Us

avnissan1-px.rtrk.com/PrintCoupon_S.aspx?speci

Service Appointment

Antelope Valley Nissan
451 Auto Center Drive
Palmdale, CA 93551
SALES: 888-890-5040

\$39.95 Lube and Tire Rotation

Service Appointment

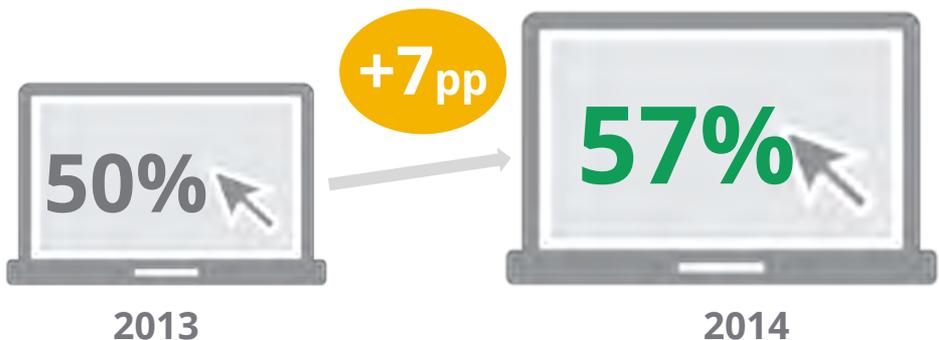
*First Name: First Name
*Last Name: Last Name
*Phone Number: Phone Number
*E-mail Address: Email Address

Service Needs:

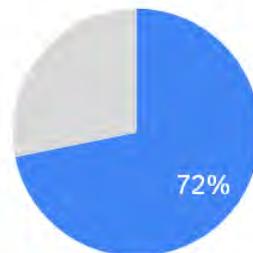
*Preferred Date: Tue, Oct 20
*Preferred Time: - Select Time -

Stellen Sie sicher, dass Online-Anfragen zeitnah und professionell beantwortet werden.

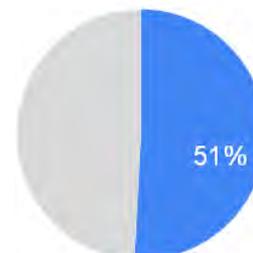
Versuchen Händler **Online** zu kontaktieren



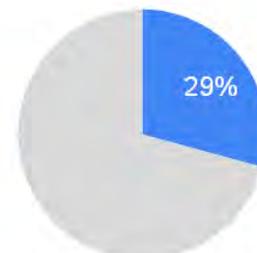
Sind **unzufrieden** mit Antwort



Webform



Email



Phone

Wenn Paul einen Anbieter kontaktiert, um einen Termin zu vereinbaren, erwartet er schnelle Abwicklung.



7x so viele Leads, wenn Händler innerhalb der ersten Stunde auf die Anfrage reagieren.

Kunden treten eher in Kontakt, wenn sie eine zeitnahe Rückmeldung erwarten können.

The screenshot shows the Allianz forum interface. On the left, there are three customer questions:

- zoran** asks: "kann man sein lebensversicherung kuendigen und mit welchen wartezeiten muss man". The question is 4 minutes old.
- Tamera von Polenz** asks: "Kann ELVIA YoungTravel Work&Learn waehrend der Resie abgeschlossen werden?". The question is 12 minutes old.
- micky** asks: "Hallo habe vor 14 Tagen meine Lebensversicherung per Einschreiben gekündigt. Daz". The question is over 14 days old.

On the right, there are service metrics:

- Allianz hilft Team**: A section with team photos and service hours: "Unsere Servicezeiten: Mo - Fr von 8 - 22 Uhr, Sa von 8 - 16 Uhr".
- Aktueller Antwortstatus**: A green progress indicator showing "100% Beantwortet".
- Aktuelle Reaktionszeit***: A clock icon and "17:00 Minuten".



Aktuelle Reaktionszeit*

17:00 Minuten

*Innerhalb der Servicezeiten des „Allianz hilft“ Teams: Mo - Fr von 8 - 22 Uhr, Sa von 8 - 16 Uhr

Online-Terminkalender zeigen freie Zeiten und vereinfachen die Buchung.

Standort

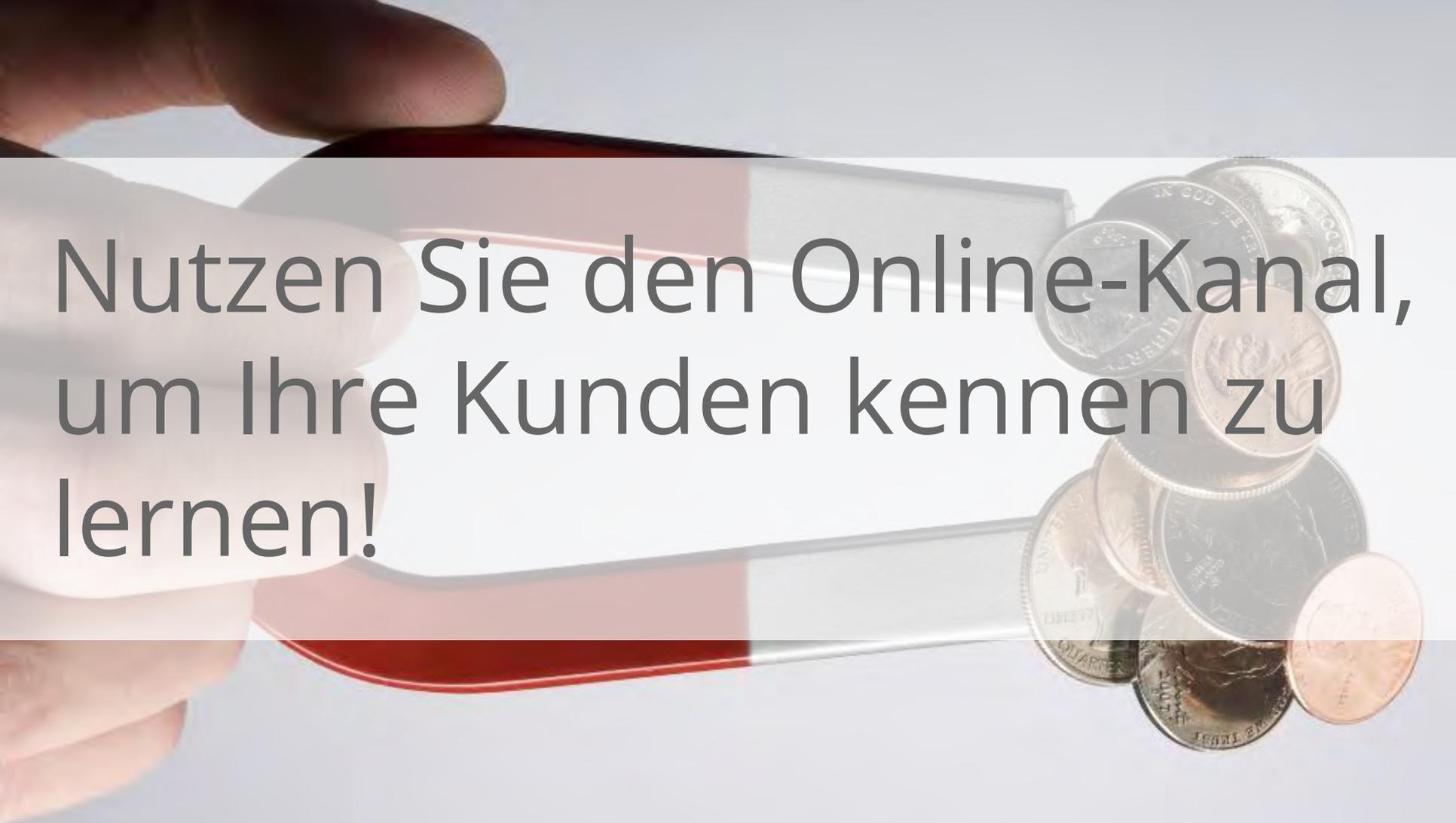
Standort*

Bitte klicken Sie auf den gewünschten Termin. Später »

	Dienstag 12.05.2015	Mittwoch 13.05.2015	Donnerstag 14.05.2015	Freitag 15.05.2015	Samstag 16.05.2015	Sonntag 17.05.2015	Montag 18.05.2015
08:00	vergeben	frei (1)	-	frei (1)	-	-	frei (1)
08:45	frei (1)	frei (1)	-	vergeben	-	-	frei (1)
09:30	frei (1)	frei (1)	-	vergeben	-	-	frei (1)
10:00	vergeben	vergeben	-	vergeben	-	-	frei (1)
11:00	frei (1)	frei (1)	-	vergeben	-	-	frei (1)
11:30	frei (1)	frei (1)	-	vergeben	-	-	frei (1)
13:00	frei (1)	frei (1)	-	vergeben	-	-	frei (1)

"We see a lot of appointments made between two and five o'clock in the morning. It's amazing. The world does not stop anymore."

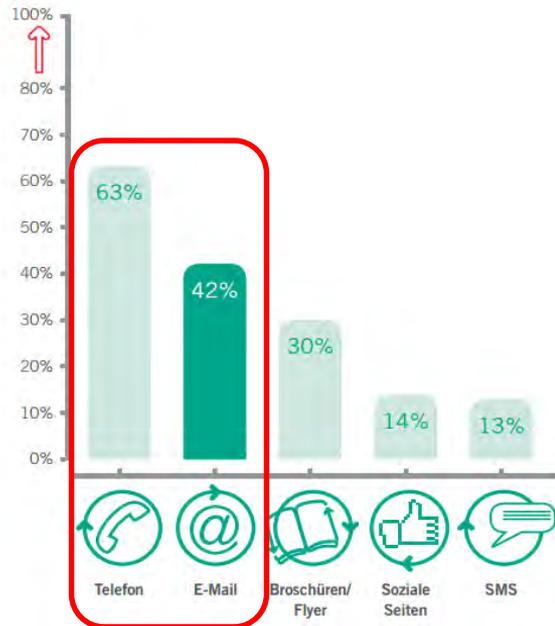
- Kevin Mills, Service and Parts Director, Auto Park Honda

A hand is shown holding a balance scale. The scale has a red handle and a white body. On the right side of the scale, there is a pile of various coins, including quarters and pennies. The background is a plain, light color.

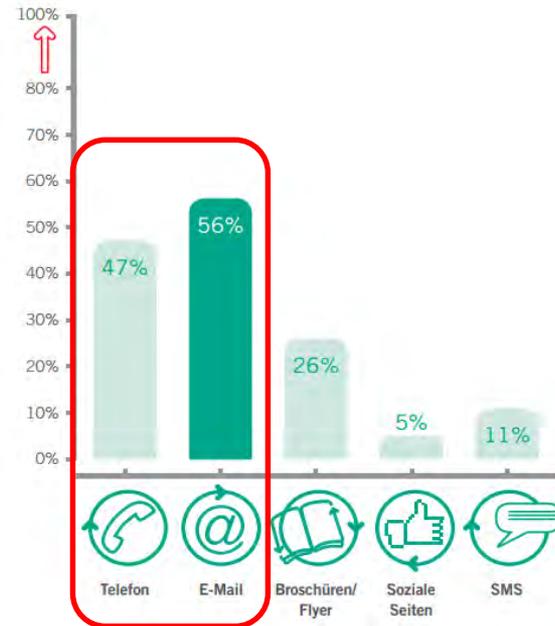
Nutzen Sie den Online-Kanal,
um Ihre Kunden kennen zu
lernen!

Nutzen Sie Insights aus Marktforschung, z. B.:

Wie Händler Käufer kontaktieren



Wie Käufer es bevorzugen, kontaktiert zu werden



Viele Studien sind online kostenlos verfügbar.

think with Google™

Erfolgsgeschichten Insights Tools Thought Leadership Kreative Kampagnen Produkte



Vorgestellt

Watchfinder erzielt ROI von 1.300 % dank präzisiertem Remarketing mit Google Analytics

MEHR ERFAHREN

FILTER

Automobilindustrie

Anzeigentyp

- Display
- Medienübergreifend
- Mobile
- Soziale Medien

1 2 >



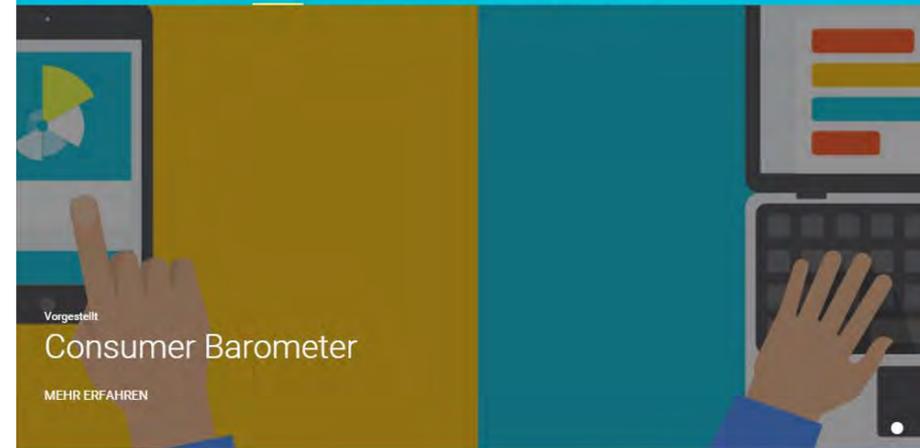
March 2015
Peugeot Deutschland steigert mit AdWords den Traffic auf Händler Webseiten um 20%



April 2014
Mitreißende YouTube-Kampagne von Mercedes-Benz Frankreich führt zu Wandel in

think with Google™

Erfolgsgeschichten Insights Tools Thought Leadership Kreative Kampagnen Produkte



Vorgestellt

Consumer Barometer

MEHR ERFAHREN



Translator Toolkit

Passen Sie Ihre Website, Werbematerialien und Anzeigen an die lokalen Sprachen Ihrer Zielmärkte an



Global Market Finder

Finden Sie die überall auf der Welt die richtigen Zielgruppen.



YouTube Analytics

Nutzen Sie regelmäßig YouTube Analytics, um die Leistung Ihres Kanals zu messen und

Zusammengefasst:



1 Das Internet ist kein Trend. Es ist Ihre Chance, die richtigen Personen mit der passenden Botschaft zu erreichen.



2 Priorisieren Sie die Menschen in Ihrer Kommunikation, deren Probleme Sie mit Ihren Angeboten lösen können.



3 Fragen Sie sich: Fühlt sich der Besucher auf Ihrer Website ebenso wertgeschätzt und willkommen wie in Ihrem Geschäft?



4 Nutzen Sie Websitetracking und Onlinetools, um mehr über die Kunden zu lernen und relevanter zu kommunizieren.



Vielen Dank.