



autoreifenonline.at

Kundengewinnung durch die richtigen Social-Media-Tricks
Mit Tipps von Autoreifenonline.at Kunden gezielt im Internet erreichen und binden.

Ihre Zielgruppe definieren und lokalisieren:

Im privaten Umfeld gehören die sozialen Medien längst zur täglichen Routine. Ihnen als Kfz-Betrieb sollte die Bedeutung einer direkten Zielgruppenansprache bewusst sein. Aber gehen Sie dem Ruf nach verstärktem Online-Marketing in den sozialen Medien bereits nach? Es ist ganz einfach, über Plattformen wie beispielsweise Facebook, Twitter, YouTube oder Instagram neue Zielgruppen zu erreichen und bereits bestehende weiter auszubauen.

Zuallererst **bestimmen Sie Ihre Zielgruppe und wählen den für Sie passenden Social-Media-Kanal**. Beschränken Sie sich auf einen oder zwei verschiedene Kanäle, um den Arbeitsaufwand neben Ihrem Tagesgeschäft gering zu halten. Das Ziel Ihrer eigenen Social-Media-Präsenz beispielsweise bei Facebook ist es, Ihr **Unternehmen und Ihre darüber angebotenen Dienstleistungen für potenzielle Kunden bekannter zu machen**.

Zu den wichtigsten Marketingmaßnahmen zählen hierbei vor allem **Posts um über Sonderaktionen, Öffnungszeiten, neue Produkte oder Dienstleistungen zu informieren**. Aber auch allgemeine Themen sind für Ihre Kunden interessant. **Sprechen Sie über Autos: Oldtimer, Motorsport, Festivals, neue Modelle usw.**

Auffindbarkeit Ihres Unternehmens

Eine digitale Präsenz – auch in Bezug auf Social-Media-Kanäle – ist für die meisten Unternehmen nicht mehr wegzudenken. Per Smartphone werden passende lokale Werkstätten gesucht und Angebote verglichen. So rücken bei der Recherche der Kunden schnell auch Social-Media-Plattformen ins Blickfeld. Als moderne Werkstatt gilt es, den Kunden im Internet dort abzuholen, wo er sich gerade befindet.



Chancen für Ihre Werkstatt oder Ihren Reifenfachbetrieb:

- Sie bleiben mit Ihren Kunden in Kontakt und so bei einem nächsten Werkstatttermin in ihrem Kopf
- Sie werden von mehr potenziellen Kunden gefunden
- Die Bekanntheit ihres Unternehmens in der Region steigt
- Unternehmen bekommt einen zusätzlichen Imagegewinn
- Ihr Kundenstamm erweitert sich

Zeigen Sie Präsenz

Entscheiden Sie sich, ob Sie ein Profil auf einer Plattform oder sogar mehrere Profile in verschiedenen sozialen Medien einrichten möchten. Überlegen Sie sich für eine bessere Planbarkeit eine grobe Strategie und eine gute Ressourcenplanung – so können Sie Ihre neuen Social-Media-Aktivitäten ganz einfach nebenbei in Ihren Arbeitsalltag integrieren.

Bereits zu Beginn sollten Sie eine Liste möglicher **Themen/Postings/Bilder** zusammenzustellen, die für Ihre Kunden interessant sein könnten: **Serviceaktionen, Urlaubs-Checks, Ölwechsel-Rabatte, aktuelle Aktionen oder Fahrzeugangebote**. Feiern Sie auch Ihre Erfolge mit Ihren neuen Followern: Zeigen Sie ihnen, dass Sie eine ehrgeizige und freundliche Werkstatt sind, die stolz darauf ist, professionell und erfolgreich zu sein. Das Thema kann ein 10-jähriges Firmenjubiläum oder Ihr 5.000ster Kunde sein.

Nach den Vorüberlegungen geht es an die Erstellung der Profelseiten. Nehmen Sie Ihr **Logo** sowie ein aussagekräftiges **Bild z.B. der Werkstatt** und gehen Sie kreativ mit dem vorhandenen Platz um. So schaffen Sie mit geringen Mitteln einen hohen Wiedererkennungswert.

Ihr persönliches Social-Media-to-Do:

- Mindestens einen Beitrag pro Woche (Tipp: wenn Sie sich mehrere Profile in unterschiedlichen Kanälen anlegen, lassen sich diese oft verknüpfen – so sparen Sie wertvolle Zeit in der Erstellung der Postings)
- Keine langen Texte posten: Behalten Sie die wichtigsten Informationen im Auge und werden Sie nicht zu ausschweifend



- Immer Bilder oder Videos in Ihre Texte einbinden (z. B. neue Modelle, Werkstattalltag, kurze Erklär-Videos zu Vorzügen z.B. eines erstplatzierten Reifen in einem Test)
- Kunden/Follower aktiv einbinden (z. B. Diskussion, Fragerunde, Gewinnspiel)

Kundenkommunikation über Social Media

Noch eine Fähigkeit ist im Zusammenhang mit der Pflege einer eigenen Social-Media-Präsenz unabdingbar: **die Interaktion mit Ihren „neuen“ Kunden.**

Das Beste herausholen:

- Kommunikation mit dem Kunden ist das A und O – ob Neu- oder Stammkunde
- Auch auf negative Bewertungen und Kommentare angemessen antworten
- Formulieren Sie Ihre Antwort ruhig und sachlich
- Zeigen Sie sich kulant und lösungsorientiert
- So entsteht ein positiver Effekt für die Wahrnehmung in der Öffentlichkeit
- Freundliche, zeitnahe Kommentare auf Kundenbewertungen helfen bei der Gewinnung von Neukunden
- Reagieren Sie stets auf Ihre eingegangenen Bewertungen

TIPP: Vertrauen aufbauen!

Auf Social-Media-Profilen sind neben Informationen zum Betrieb auch Bewertungen des Unternehmens sowie Kundenfragen und Antworten sichtbar. **Positive Bewertungen spielen eine wichtige Rolle**, da zahlreiche Nutzer bei der Wahl einer Dienstleistung auf die Meinung anderer Kunden vertrauen.

Daher: Kümmern Sie sich um ihre Kundenbewertungen und antworten Sie immer persönlich.

Und das ist das Ergebnis:

- Eine gut gepflegte Online-Präsenz beeinflusst die Auffindbarkeit in Suchmaschinen wie Google, Google Maps sowie in Rezensionen
- Wahrnehmung in der Öffentlichkeit
- Mehr Reichweite und neue Kunden
- Kundenbindung und folglich eine Umsatzsteigerung durch neue Kunden



Neue Kunden, Umsatzplus und geringe Kosten in der Eigenwerbung – Legen Sie am besten gleich los und erstellen Sie Ihr neues Social-Media-Profil!

Sie wollen mehr Onlinekäufer für Ihren Betrieb gewinnen?

Wie Sie zusätzlich zu diesen Tipps online zahlreiche Vorteile genießen und Kunden in Ihre Werkstatt bringen können, zeigt die Servicepartnerschaft mit Autoreifenonline.at: Profitieren Sie vom Kundennetz von Europas größtem Onlinereifenhändler Delticom und erreichen sie potenzielle Neukunden – und zwar: regional, ohne Streuverluste, ohne teure Werbung und völlig kostenlos.

In wenigen Schritten online registrieren unter <https://www.autoreifenonline.at/servicepartner-registrierung.html>.