

Internetvertrieb

# Google lässt die Kassen klingeln

Autohändler gewinnen noch viel zu wenig Kunden mittels Suchmaschinen-Marketing

Der Internetmarkt entwickelt sich weiter. Angesichts des scharfen Wettbewerbs zwischen den beiden dominierenden Fahrzeugbörsen ist es für den Automobilhandel zunehmend wichtig, neue Kommunikations- und Vertriebswege im Online-Umfeld zu nutzen. Aus Sicht des E-Commerce-Beratungsunternehmens Magari Internet werden hier vor allem Suchmaschinen-Marketing und -Optimierung, die bereits in anderen Branchen eine wichtige Rolle spielen, an Bedeutung gewinnen.



Christian Koepfer, Magari Internet: „Markenhändler müssen das Multichanneling intensiver nutzen.“

„Vor allem Markenhändler sind gefordert, die Möglichkeiten des Multichanneling intensiver zu nutzen, um Wettbewerbsvorteile zu realisieren. Neben der Fahrzeugvermarktung im Rahmen der Herstellerbörsen und unabhängigen Online-Marktplätze wird die Ansprache und Gewinnung von Kunden mittels Google sowie die Überleitung auf den eigenen Online-Auftritt in Zukunft in den Fokus rücken“, ist Dr. Stefan Friemel überzeugt.

Zukünftig wird sich die Diskussion nicht mehr um das „Ob“, sondern um das „Wie“ der Kundengewinnung per Internet drehen. Autohäuser müssen die zu bedienenden Internetkanäle auswählen und darauf achten, sie effizient zu nutzen. *Stephan Maderner*

Die Magari Internet GmbH ist auf die E-Commerce-Beratung von Herstellern und Handelsunternehmen aus der Automobil- und Fahrzeugteileindustrie spezialisiert. Das Unternehmen wurde Ende 2007 von den ehemaligen Ebay- und Mobile.de-Managern Dr. Stefan Friemel und Christian Koepfer gegründet.

**Onlinewerkzeuge noch besser einsetzen**

„In den vergangenen Jahren ist die Nutzung der marktführenden Onlinebörsen zur Pflichtübung des Fahrzeughandels geworden. Da Google das wichtigste Werkzeug bei der Informationsrecherche u.

a. auch im Vorfeld des Autoverkaufs ist, müssen Autohäuser auch in diesem Bereich zukünftig optimal aufgestellt sein. Zahlreiche Gespräche mit Handelsunternehmen haben gezeigt, dass es hier noch Nachholbedarf gibt“, so Magari-Internet-Geschäftsführer Christian Koepfer.



Für Google nimmt der Automarkt künftig noch eine größere strategische Bedeutung ein. Darüber sind sich die Googlier Dirk Pape (Account Strategist Automotive Germany Sales), Lena Wagner (Global Communications & Public Affairs Associate) und Markus Hinz (Industry Head Automotive) (v. li.) einig.

The screenshot shows the carzilla search interface with various filters:
 

- Hersteller: Audi
- Modell: Beliebig
- Modellvariante: (empty)
- Neufahrzeuge / Gebrauchtfahrzeuge / Tageszulassungen
- Fahrzeugtypen: Alle Fahrzeugtypen (selected)
- Subtypen: Limousine, Kleinwagen/Kompakt, Cabrio/Roadster, Geländewagen/ Pickup, Kombi, Sportwagen/Coupé
- Erstzulassung, Kilometerstand, Leistung (kW), Preis, Getriebe, Umkreissuche
- Buttons: Treffer anzeigen 1.779

Suchkriterien erweitern