

blog@NETPLANET 

Besim Karadeniz <besim@karadeniz.de>

<http://blog.netplanet.org>

<http://twitter.com/besim>

Königsklasse Bloggen

Das Weblog als Kundenbindungswerkzeug

CarCamp 1 Mannheim

12. Oktober 2012



Status Quo im „Autohausmarketing“

- Immer noch Ausrichtung auf Print
- Werbemittel (und Strategie) vor allem von Herstellern
- Online-Strategie = Nur Homepage?
- Facebook? Twitter? Google+?
- Autoscout24? Mobile.de? eBay Motors?
- **Autohausmarketing ist gern verlässlich (langweilig).**

Print wirkt. Oder stirbt?

- Immer weniger Abonnenten → geringere Auflage → höhere Verkaufs- und Werbepreise → weniger Reichweite → sinkende Qualität → Teufelskreis
- Print (vor allem Lokalpresse) erreicht junge Menschen immer weniger
- Fehlende Online-Strategie der Printwelt

Wohin der Autohandel hin muss

- Hin, wo die (potentielle) Kundschaft ist
- Positives Bild darstellen
- Kundenbindung erzeugen (und halten)
- Neue Medien sinnvoll (!!!!!!!) einsetzen
- Media die Zügel immer stärker selbst in die Hand nehmen
- Allein? Opel bloggt, Daimler bloggt, Audi bloggt, GM bloggt, der ADAC bloggt, ...

Was ist ein Blog?

- Kunstwort aus „Web“ und „Log“
- „News is not a lake, it`s a river.“
- Kommunikationsform eines Online-Tagebuches
- Ansichten und Einsichten aus allen Bereichen
- Dialogorientiert
- Abonnierbar durch RSS
- Einfachste Schnittstellen zu Social Media

Wo ist ein Blog medial positioniert?

- „Kundenmagazin 2.0“ (aber viel näher, viel billiger, viel flexibler, viel schneller, viel spannender, viel unkonventioneller, ...)
- Der „interaktive Teil“ einer Autohaus-Website oder Online-Strategie
- Ideale Medienform für „Nachrichten aus den Kulissen“
- „Mutterschiff“ für alle Social-Media-Aktivitäten
- Sehr einfach und günstig bewerbbar

Der Informationskreis 2.0



- Das Weblog ist die Inhaltszentrale und das „Mutterschiff“
- Social Networks übernehmen Content (Facebook, Google+)
- SM-Dienste liefern mediale Inhalte zu (YouTube, flickr)
- Spezielle Netzwerke erfüllen Aufgaben (QYPE, FourSquare)

Scope

DAS GERSTELBLOG.

Das Weblog des Autohaus Gerstel in Pforzheim. 101 Jahre Autohaus. 101 % Opel.

AUTOHAUS
GERSTEL
PFORZHEIM



Wir leben Autos.

- Corporate Weblog des Autohaus Gerstel
- Erstes echtes Weblog eines Autohauses
- WordPress als CMS
- Einbindung Web-2.0-Dienste
- <http://www.gerstelblog.de/>

Zahlen & Fakten

- Start im Mai 2010
- 2 bis 4 neue Artikel pro Woche, 460 bis jetzt
- Aktuell rund 3.000 Besuche im Monat
- 1.500 eindeutige Besucher
- 35 % regelmäßig wiederkehrende Besucher
- Reichweite im Gegensatz zur Homepage:
Mindestens Faktor 10
- Eindeutig nachvollziehbare Leads

Effekte

- Kundenbindung ohne Physik (kein Papier, kein Versand, keine Adresspflege)
- „Wer gibt, der bekommt“ - Kunden, Interessenten, Hersteller (und auch Wettbewerbern) fällt Dialogbereitschaft auf
- Vernetzung mit anderen Blogs in der lokalen/thematischen Blogosphäre ist sehr informell
- „SEO an Bord“

Fragen?
