

# Externe Digitalexperten

**Facebook und Email sichern den digitalen Kontakt zum Kunden. Die Profis von „Autohaus Digital“ helfen bei der Umsetzung.**

Die Digitalisierung schreitet rasant voran, das betrifft nicht nur das Automobil und dessen Reparatur sondern auch die Beziehung zum Kunden. Die Autobranche hat in diesem Bereich noch massives Potenzial. Diesen Bedarf haben Wolfgang Gschaider und Michael Luipersbeck entdeckt und auch gleich mit der Gründung ihrer Agentur „Autohaus Digital“ gedeckt. Mit ihrer Erfahrung aus klassischen Werbeagenturen können sie Autohäuser maßgeschneiderte, digitale Lösungen anbieten und begleiten die Kunden in die digitale Welt. „Dazu müssen wir intensiv bei den Kunden vor Ort sein“, erklärt Michael Luipersbeck. „Schließlich beginnt digitales Marketing im analogen Leben.“ Gemeinsam werden dann sowohl die Möglichkeiten und Voraussetzungen analysiert: welche Software ist beispielsweise in diesem Autohaus im Einsatz. „Wir selbst bieten keine Software an, wir nutzen die vorhandenen Systeme“, erklärt Gschaider. „Dabei öffnen wir gemeinsam mit unseren Kunden die Datenschatzkiste DMS und CMS.“

## Kundenkontakt intensivieren

Die klare Zielsetzung ist dabei, den Kontakt zu den bestehenden Kunden zu intensivieren und die Frequenz zu erhöhen. Dazu werden im Wesentlichen drei Medien benutzt und optimiert: Facebook, Email sowie lokale Suchmaschinen.

Die vereinbarten Aktivitäten und Kampagnen werden dann elektronisch begleitet, mindestens alle zwei Monate sind Gschaider und Luipersbeck physisch vor Ort. „Um mit allen beteiligten Mitarbeitern zu sprechen“, so Gschaider. Wichtig ist es zudem, digitale Kennzahlen zu erfassen um die Aktivitäten messbar zu machen“, so Luipersbeck. Damit ist der Erfolg ersichtlich und nachvollziehbar. Neben der direkten Beratung bieten die beiden auch gemeinsame Schulungen für ihre Kunden, wo neben den Vorträgen auch der Austausch untereinander von großer Bedeutung ist.

## Es geht um Emotionen

So technisch und elektronisch das Thema auch klingen mag: letztlich geht es um Emotionen, es geht darum den Kontakt zu den bestehenden Kunden mit Texten und Fotos zu verbessern und zu intensivie-



Michael Luipersbeck und Wolfgang Gschaider sind Autohaus Digital

ren. „Es geht um Emotion, nicht um Information“, so Luipersbeck.

Das Betreuungsmodell und der Automobilhandel an sich wird wohl noch lange so bleiben, sind die beiden Digital-Experten überzeugt. „Weil das Auto so emotional ist.“ • (GEW)

