



Google My Business im Autohaus: Kurzanleitung und Handbuch.

Was ist Google MyBusiness überhaupt?

Laut einer Google-Studie nutzen 95 % aller Kunden Suchmaschinen, um lokale Informationen zu finden. Verzeichnisdienste wie Herold oder FirmenABC werden dadurch überflüssig. Lokale Suchanfragen führen dabei zu mehr Käufen als nicht-lokale Suchen.

Google My Business, früher auch Google Places genannt, ist ein essentielles Marketing Tool, das Ihnen erlaubt die Online-Präsenz Ihres Autohauses und Ihrer Werkstatt auf Google, der Google-Suche und Google Maps zu verwalten. Der Eintrag wird eingeblendet, wenn Nutzer in Maps oder auf Google nach Ihrem Betrieb suchen: z. B. Autohaus in meiner Nähe, günstige Werkstatt in Wien usw.

In Google My Business können Sie Einträge unkompliziert erstellen, ändern und so ganz einfach potenzielle Kunden auf sich aufmerksam machen.

Mit dem Brancheneintrag aus dem Hause Google können Sie Autofotos, Bilder Ihres Showrooms oder Porträts von Ihren Mitarbeitern darstellen. Darüber hinaus ist es möglich, Öffnungszeiten und Kontaktdaten anzugeben. Dies ermöglicht Ihren potenziellen Kunden bereits vorab einen Einblick in Ihr Autohaus. Das Erfolgspotenzial eines My Business Eintrags ist groß, denn es erhöht die Chance, dass ...

- 1. Sie besser in der Google Suche gefunden werden, vor allem mobil!
- 2. die Interaktion mit Kunden steigt!
- 3. neue Kunden gewonnen werden!
- 4. Sie durch die umfangreichen Statistiken weitere Optimierungsmöglichkeiten finden!

Was durch Autohaus Digital für Ihren My Business Eintrag optimiert wurde:

- · Verifizierung der primären Unternehmensdaten
- Strukturierung der vorhandenen Datenbasis
- Optimierung und Adaptierung Ihrer Daten
- Aufbau nachhaltiger Relevanz
- · Manuelle Entfernung vorhandender Duplikate

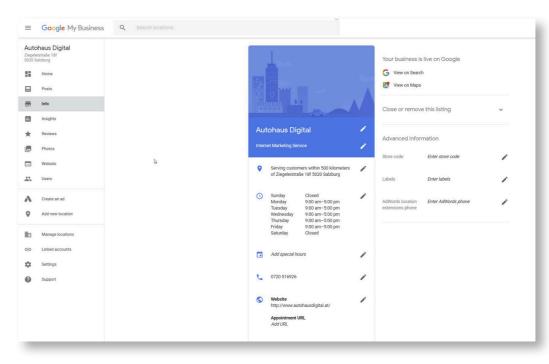
Was Sie ab sofort regelmäßg für Ihren My Business Eintrag machen sollten:

- · Reagieren Sie auf Bewertungen
- · Halten Sie die Öffnungszeiten aktuell
- · Veröffentlichen Sie Beiträge
- Nutzen Sie Bilder / Fotos



Details: Halten Sie Ihren Eintrag aktuell!

Ein Google My Business Eintrag sollte regelmäßig gewartet und aktuell gehalten werden. Ändern sich zum Beispiel Ihre Öffnungszeiten an einem Feiertag oder aber auch der Firmenwortlaut, sollte Ihr Eintrag aktualisiert werden.



- Unternehmensname: Bei einer Änderung muss das Unternehmen erneut bestätigt werden.
- **Kategorie**: Hauptkategorie sollte dem Kerngeschäft entsprechen, bis zu neun weitere Kategorien sind möglich.
- Adresse: Bei einer Änderung muss das Unternehmen erneut bestätigt werden.
- Öffnungszeiten: Reguläre Öffnungszeiten angeben, Feiertage oder spezielle Veranstaltungen können gesondert eingetragen werden (bei vorhandener Mittagspause sollten Sie zwei Zeiten pro Tag angeben).
- **Telefon:** Primäre Telefonnummer angeben, zusätzlich sind zwei weitere Telefonnummern möglich (kein Fax).

Besuchen Sie dazu www.google.com/intl/de_at/business/ oder nutzen Sie die praktische App von "Google My Business" auf Ihrem Smartphone.



Fotos. Bieten Sie was fürs Auge!

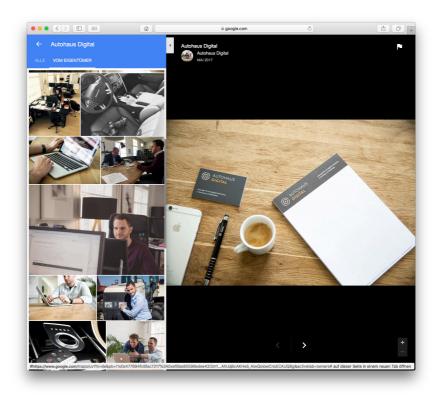
Mit guten Fotos können Sie laufend die Besonderheiten Ihres Autohauses hervorheben und den Kunden einen Eindruck geben, was ihn erwartet.

Um den Eindruck Ihres Google My Business Accounts persönlicher zu gestalten, ergänzen Sie Ihren Eintrag mit Fotos, wie zum Beispiel mit:

- · Aufnahmen des Showrooms oder der Werkstatt
- · Autofotos (Gebrauchte, Vorführer, ...)
- · Fotos vom Team und den Mitarbeitern
- · Fotos von Auslieferungen (Gebraucht- und Neuwagen)
- · Außenaufnahmen erleichtern es dem Kunden, Sie vor Ort zu finden
- Es können Bilder, Videos sowie 360°-Aufnahmen hochgeladen werden
- · Fotos während der Arbeit vermitteln das Kerngeschäft
- · Team-Fotos zeigen die persönliche Seite Ihres Autohauses

Zu jedem professionellen My Business Eintrag gehört auch ein Profilbild und das Logo dazu – das steigert den Wiedererkennungswert. Das bevorzugte Logoformat für Google My Business ist quadratisch. Laden Sie auch die Logos Ihrer Herstellermarken hoch. Das perfekte Foto sollte folgenden technischen Eckdaten entsprechen:

- · JPG- oder PNG-Format
- · zwischen 1,5 und 5 MB groß
- mindestens 720 px hoch und 720 px breit
- scharf und gut ausgeleuchtet
- · Vorsicht mit Filtern: Zu stark bearbeitete Fotos lässt Google nicht zu!



Tipp: Fotos die von Kunden in Ihren My Business Account hochgeladen werden können nicht bearbeitet werden, jedoch bei triftigem Grund bei Google gemeldet werden.

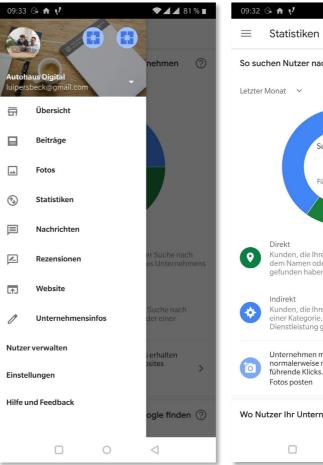


Statiskiten. My Business optimal nutzen.

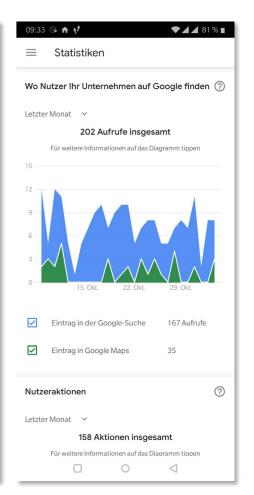
Ein My Business-Profil ist nicht nur ein Must-Have, sondern kann auch interessante Einblicke betreffend der Zielgruppe und Sichtbarkeit Ihrer digitalen Händlermarke bieten.

Hier erfahren Sie, wie oft Ihr Autohaus in den Suchergebnissen aufgetaucht ist, ob Ihr Eintrag eher in der Google-Suche oder in Maps erschienen ist, direkt oder indirekt angezeigt wird oder wie Nutzer mit Ihrem Eintrag interagieren (Anruf, Wegbeschreibung, Fotos angeguckt etc.).

Mit der Google My Business App haben Sie die wichtigsten Statistiken Ihres Autohaus-Eintrages immer im Blick:

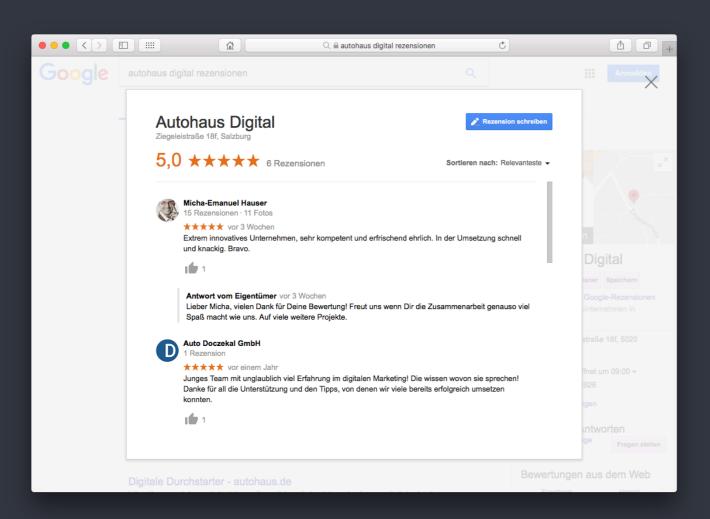








Bewertungen. Pflegen Sie Ihren digitalen Ruf!



Rezensionen und Kundenbewertungen sind ein entscheidender Faktor für den Erfolg Ihres Autohauses und Ihrer Werkstatt im Internet. Wir haben ein paar einfache Tipps zur Generierung von Bewertungen für Sie zusammengefasst:

TIPP 1: DIE DIALOG-TAKTIK.

Gehen Sie aktiv auf Kunden zu und sprechen Sie einzelne Personen direkt an. Jetzt werden Sie sicherlich denken: "Das bringt doch nix, habe ich schon versucht". Dann müssen wir Ihnen leider sagen, dass Sie falsch vorgegangen sind. Sagen Sie dem Kunden nicht, dass es "schön wäre, wenn er eine Bewertung da lässt." Das suggeriert keine Dringlichkeit! Sagen Sie so wie es ist! Schildern Sie das Problem (es ist schwierig positive Bewertungen zu erhalten) und begegnen Sie Ihren Kunden auf einer persönlichen Ebene. Bitten Sie Ihn mit seiner Stimme um Hilfe. Wir garantieren Ihnen, wenn der Kunde zufrieden ist, lassen 90 % der Kunden früher oder später eine Rezension da.

TIPP 2: DIE E-MAIL-TAKTIK.

Bewertungen für Ihren Showroom oder Ihre Werkstatt sammeln kann sehr einfach sein. Wie fragen Sie sich? Nehmen Sie sich 15 Minuten Zeit und schreiben Sie einmal eine persönliche E-Mail an alle Bestandskunden. Bitten Sie die Kunden mit ein bisschen Schmäh und dennoch Ernsthaftigkeit um eine Bewertung. Schicken Sie den Link zu Ihren My Business Account oder auf ein anderes Portal. Wir empfehlen jedoch Google. Falls Sie Hilfe bei der Erstellung des Bewertungslinks benötigen, können Sie sich gerne an uns wenden. Schreiben Sie einfach an office@autohausdigital.at!

TIPP 3: DIE BEIFAHRERSITZ-TAKTIK.

Verfassen Sie eine kurze Bewertungsanleitung und platzieren Sie diese nach einem erfolgten Service oder bei einer Auslieferung am Beifahrersitz. Versuchen Sie diese Strategie das ganze Jahr hindurch anzuwenden, denn wie sagt man so schön? Tu mir was Gutes und ich tu dir was Gutes! Also bieten Sie eine Gegenleistung an. Das kann mit vielen Möglichkeiten umgesetzt werden, wie zum Beispiel mit einem Gutschein in Höhe von 10 Euro, einer kostenlosen Autowäsche, 20 % Rabatt auf den nächsten Reifenwechsel oder auch gerne andere

Anreize. Sie wissen am besten, was zu Ihrem Autohaus passt.

TIPP 4: DIE SIGNATUR-TAKTIK.

Die ersten drei Tipps sind mit etwas Arbeit verbunden. Wir verraten Ihnen gerne, wie Sie beinahe passiv und ohne großen Aufwand stetig immer mehr Bewertungen generieren können: Verlinken Sie dauerhaft eine Bewertungsmöglichkeit (Google My Business, Facebook, Herold oder andere vertrauenswürdige Bewertungsportale) in der Signatur Ihrer E- Mails! Aus Ihrem Autohaus werden ieden Tag hunderte E-Mails versendet, also warum sollten die E-Mails nicht auch einen positiven Nutzen für die digitale Reputation Ihres Unternehmens haben? Implementieren Sie die Verlinkung in alle Signaturen Ihrer Mitarbeiter! Das funktioniert wie ein Multiplikator und wenn Sie das ordentlich umsetzen, müssen Sie nie wieder Sorge haben, nicht genügend Bewertungen vorzuweisen.

TIPP 5: DIE EXPRESS-TAKTIK.

Für schnelle Ergebnisse haben wir eine kurzfristige Lösung für Ihren Bertrieb. Bitten Sie Leute aus Ihrem Umfeld um eine positive Bewertung. Denken Sie bitte nicht daran, Bewertungen zu faken! Nein, der Schuss geht nach hinten los! Es ist legitim das gerade Leute die Sie gut kennen Ihre Meinung über Sie oder Ihr Unternehmen wiedergeben dürfen. Die Bewertung soll authentisch sein und der Wahrheit entsprechen. Wieso sollten Leute die Sie und Ihr Unternehmen wirklich persönlich kennen, nicht auch Ihre Meinung schildern dürfen?



Um Bewertungen auf Google, oder sozialen Netzwerken, zu sammeln, müssen Sie Ihre Kunden daran "erinnern". Der wichtigste Multiplikator: Ihre Serviceberater und Verkäufer im Autohaus sollen die Kunden freundlich darauf hinweisen!



Bewertungen. Was tut man bei schlechten Bewertungen?

Schlechte Bewertungen lassen sich manchmal leider nicht vermeiden. Wenn man aber gekonnt darauf reagiert, kann man Negatives rasch in Positives umwandeln.

Grundsätzlich kann man sagen, dass positive Bewertungen oft nicht von alleine kommen. Negative Bewertungen kommen jedoch rasch. Unzufriedenheit ist wesentlich emotionaler und die Gründe dafür werden gerne detailliert angeführt und dargestellt.

Beinahe jeder liest Bewertungen und nutzt sie zur Optimierung seiner Kaufentscheidung. Potenzielle Kunden recherchieren vor dem Autokauf auf diversen Plattformen. Google-Rezensionen sind entlang der Car Buyers Journey ein Fixpunkt.

WIE MAN AUF NEGATIVE BEWERTUNGEN REAGIEREN SOLLTE.

Das Schlimmste, was man bei negativen Bewertungen tun kann, ist nicht darauf zu reagieren. Fast jedes gängige Portal (Google, Facebook, Herold, Yelp, mobile.de usw.) bietet eine Kommentarfunktion, um auf Bewertungen zu reagieren. Man sollte sich bei der Bearbeitung und dem Kommentieren von Bewertungen Zeit nehmen. Schnelle Reaktionen, aus einer Emotion heraus, enden meistens mit einem Schuss ins Knie.

Grundsätzlich sollten negative Bewertungen eines Autohauses als Feedback und Chance gesehen werden. In jedem Betrieb gibt es Schwachstellen – nobody is perfect. Man sollte stets versuchen, sich in die Lage des Kunden hinein zu versetzen. Nehmen Sie das Feedback ernst, bedanken Sie sich dafür und zeigen Sie Verständnis. Hier ein paar Beispiele zur Orientierung:

BEISPIEL A

Vielen Dank für Ihr Feedback und die Mühe unser Autohaus zu bewerten. Wir nehmen Ihr Feedback ernst. Nur so können wir unseren Service für Sie verbessern. Wer aufhört, besser zu werden, hat aufgehört, gut zu sein. Da uns Kundenzufriedenheit sehr wichtig ist, versuchen wir Ihre Anregungen schnellstmöglich umzusetzen.

BEISPIEL B.

Herzlichen Dank für Ihr Feedback. Wir sind ständig darum bemüht, den Wünschen unserer Kunden gerecht zu werden. Wir bedanken uns, dass Sie uns auf Schwachstellen hinweisen und uns auf Verbesserungsmöglichkeiten und Probleme aufmerksam gemacht haben. Es tut uns leid, dass Sie mit unserem Service und Ihrem Aufenthalt bei uns nicht zufrieden waren.

ZEIGEN SIE VERSTÄNDNIS.

Es braucht bei sehr negativen Kommentaren zwar einiges an Selbstbeherrschung, aber bleiben Sie stets höflich und verständnisvoll. Seien Sie einfühlsam und zeigen Sie Wertschätzung. Wichtig ist auch, im Detail auf die Kritikpunkte einzugehen und getroffene Verbesserungen sofort anzusprechen. Zum Abschluss Ihres Kommentars sollten Sie sich erneut für das Feedback bedanken.

WAS TUN BEI BLINDER WUT?

Negative Bewertungen ohne klar umschriebene Punkte können natürlich auch vorkommen. Diese werden vom Kunden oft in einer negativen Emotion abgesetzt. Klare Kritikpunkte werden gar nicht aufgegriffen, der Kunde verschafft seinem Ärger Luft. In diesem Fall sollten Sie zunächst auch Verständnis zeigen, um im weiteren Schritt um detaillierte Angaben bitten.



Mit ein wenig Geschick, können Sie Negatives rasch in Positives umwandeln.



Kontinuität. Qualität statt Quantität!

ZIEL DER LOKALEN SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG IST NICHT NUR, DASS IHR AUTOHAUS UNTER DEN ERSTEN SUCHERGEB-NISSEN RANGIERT. DIE ANGEZEIGTEN INFORMATIONEN SOLLTEN AUCH KORREKT UND SO VOLLSTÄNDIG WIE MÖGLICH SEIN.

Nehmen Sie sich täglich 5 Minuten Zeit und setzen Sie eine Maßnahme um, die von uns in diesem Leitfaden beschrieben wurden. Wir garantieren Ihnen, dass die Maßnahmen auch in Ihrem Fall zum Erfolg führen werden. Gerne stehen wir Ihnen bei Fragen rund um Ihre Bewertungen zur Verfügung.

Wenn Ihnen unsere Arbeit gefällt, dann feuen wir uns jetzt über Ihre Bewertung auf Google My Business oder Facebook:



FACEBOOK

http://bit.ly/ahd-facebook-bewertung



GOOGLE

http://bit.ly/ahd-google-bewertung





Lösungen für das digitale Marketing in Autohaus und Werkstatt.

Autohaus Digital OG Ziegeleistraße 18f A-5020 Salzburg