



23.09.2015

## FINDEN AUTOFAHRER IHREN BETRIEB IM WEB?

Das Geschäft im Netz boomt. Doch wie können Karosserie- und Lackierbetriebe davon profitieren? Monatlich suchen 500.000 User deutschlandweit im Internet nach einem guten Autolackierer, einem guten Karosseriebetrieb, 378.000 Nutzer stellten bereits insgesamt rund 100.000 Reparaturanfragen für ihr Fahrzeug bei KennstDuEinen.de. Das bedeutet: Viel Potenzial für die Betriebe. Aber in der Fülle der Angebote wird es für einzelne Werkstätten immer schwieriger, die Aufmerksamkeit potenzieller Kunden online auf sich zu lenken. Eine eigene Website nützt wenig, wenn sie im Internet nicht gefunden wird.

### MOBILE SUCHE WIRD IMMER WICHTIGER

„Nur wer in den Ergebnissen der Suchmaschinen wie Google ganz oben auftaucht, hat Chancen, das Potenzial an neuen Kunden für seinen Betrieb auszubauen“, betont Carsten Schmidt, Geschäftsführer und Mitbegründer von WinLocal. Denn wenn der K&L-Betrieb in den Google-Suchergebnissen nicht gefunden wird, ist er für die online Suchenden nicht existent und wird auch nicht als Dienstleister für die Reparatur des Fahrzeugs ausgewählt. Suchmaschinen-Optimierung heißt das Stichwort. Dabei spielt besonders auch die Ergebnisanzeige auf Smartphones oder Tablets eine entscheidende Rolle, denn rund die Hälfte der Internetnutzer stellen ihre Suchanfrage über mobile Endgeräte.

### KUNDENEMPFEHLUNGEN ALS AKQUISE-INSTRUMENT

Betriebe, die sich bei der Bewertungsplattform [KennstDuEinen.de](https://www.kennstduenen.de) registrieren, werden automatisch in ihrem Google-Ranking aufgewertet. Sie werden mit den Empfehlungen ihrer Kunden bei Google gefunden. Darüber hinaus punktet die Werkstatt bei der Entscheidung des Nutzers für einen Betrieb mit seiner wichtigsten Währung: den Empfehlungen anderer Kunden. Waren sie mit der Reparatur zufrieden? Hat der Service gepasst? WinLocal veröffentlicht die Bewertungen für andere potentielle Kunden einsehbar auf KennstDuEinen.de. Wie genau die Bewertungsplattform KennstDuEinen.de funktioniert, erfahren Sie im links nebenstehenden Artikel.

## **„FÜR EIN GUTE WERKSTATT IN 500 METERN LINKS ABBIEGEN“**

Wichtig für eine zufriedenstellende Kundenakquise ist jedoch auch, dass potenzielle Neukunden den Betriebsstandort einwandfrei finden. „Jeden Tag gibt es tausende lokale Suchen auf Google Maps, Apple Maps, Smartphone Apps, mobilen Navigationsgeräten und fest installierten Navigationssystemen in den Autos. Wenn Ihre Firma dort mit falschen Adressdaten / falschen Kontaktdaten oder vielleicht gar nicht auftaucht, finden potenzielle Kunden dort nicht hin“, erläutert Carsten Schmidt. Deshalb leiten die Maps&NaviEXPERTEN von WinLocal die Adress- und Kontaktdaten der Betriebe an alle gängigen Maps- und Kartenanbieter weiter, so zum Beispiel an Google Maps, Apple Maps und an Navigationsgeräte wie TomTom oder Here. Außerdem werden Betriebe mit Winlocal auch bei vielen Automobil-Neuauslieferungen unübersehbar.

Denn die Kontaktdaten werden auch in die Bordcomputer der Fahrzeuge eingespeist. So beginnt die Neukundengewinnung für den Betrieb bereits im Auto des Kunden. Und der Autofahrer hört schon bald am Steuer die Navigationsansage: „Für ein gute Werkstatt in 500 Metern links abbiegen.“

## **OPTIMAL SICHTBAR BEI GOOGLE**

Eine weitere Möglichkeit, in den Google-Suchergebnissen ganz oben aufzutauchen, bieten Google Adwords. „Das sind Anzeigen, die bei der Suche nach einem Karosserie- und Lackierbetrieb in einer bestimmten Region an prominenter Stelle angezeigt werden“, erklärt Carsten Schmidt. WinLocal plant als Google Partner auf die Werkstatt und die Region zugeschnittene Google Adwords-Kampagnen und kümmert sich auch um deren Umsetzung. „Die Anzeigen sind auch für Smartphones optimiert, sodass die Werkstatt selbst bei der mobilen Suche an prominenter Stelle gelistet wird“, unterstreicht der Experte. Durch dieses Tool unterstützt das Unternehmen die Betriebe bei der Gewinnung von Neukunden.

## **MESSBARER ERFOLG**

Doch wie erfährt der Betriebsinhaber, ob seine Bestrebungen im lokalen Marketing auch wirklich fruchten? „Der Erfolg der Winlocal-Unterstützung auf Google ist zu 100 Prozent messbar“, betont Carsten Schmidt. So sind die Anzahl der Online-Suchen nach einem K&L-Betrieb in der eigenen Region sowie die Anzahl der Interessenten, die sich das Werkstattprofil und die Empfehlungen der Kunden angesehen haben, für den Betriebsinhaber tagesaktuell einsehbar. Auch die Anrufe, die E-Mail-Anfragen und die Besucher auf der Homepage des Unternehmens werden durch WinLocal gezählt.

Optimierte Google-Suche, einwandfreie Auffindbarkeit der Werkstatt und zufriedene Kunden: mit diesen Bausteinen unterstützt WinLocal Karosserie- und Lackierbetriebe dabei, dass schon bald mehr Kunden auf dem Weg zu ihnen sind. Mehr Infos erhalten Betriebe unter [www.winlocal.de/karosserie-und-autolackierer](https://www.winlocal.de/karosserie-und-autolackierer).

Ina Otto