E-MARKETING

# Mehr Leads durch Social Media

Facebook, Instagram und Co. sind längst erwachsen geworden. Wie wichtig diese Plattformen für die Werbung sind, zeigen die steigenden Umsatzzahlen von Facebook. Doch macht diese Werbeform auch für den Markenhandel Sinn?

Meine Tochter posted auf auf Facebook immer ihre ganzen Pferdebilder. Ich selbst bin gar nicht bei Facebook oder Instagram – warum auch. Und überhaupt: für Autos dort werben? Da sind doch nur junge Leute, die kein Geld haben. Da verlass ich mich doch lieber auf eine Anzeige. Da weiß ich was das kostet und was es bringt."

Mit solchen und ähnlichen Kommentaren bin ich in den letzten Jahren regelmäßig konfrontiert worden. Schauen wir doch einmal genauer hin.

Punkt 1: Ja, auf Facebook und Instagram gibt es Pferdebilder. Und lustige Videos. Aber es gibt auch sogenannte „Car Porn"-Videos von tollen Autos und die passenden Angebote gleich dazu – als Post, als Lead-Ad, als Link-Ad oder Karussell. Sie sind also nicht bei Facebook oder Instagram angemeldet? Das ist absolut ok. Aber Sie sollten sich zumindest damit auseinandersetzen, um zu erkennen, wie wichtig und erfolgreich diese sozialen Netzwerke für Ihr Unternehmen sein können – wenn Sie die richtigen Leute haben, die Facebook und Instagram dazu nutzen, um Ihr Markenimage aufzubauen, um Alleinstellungsmerkmale zu kommunizieren, um Menschen zu gewinnen, die Ihnen bzw. Ihrer Fanpage folgen, und obendrauf auch noch Leads und Sales zu generieren.

## Erfolgreich Leads generieren

Punkt 2: Bei Facebook tummeln sich 23 Millionen Nutzer, bei Instagram ca. 20 Millionen. Täglich! Und zwar nur in Deutschland. Dass Facebook die jungen Leute wegrennen und gerade dieses Medium für unsere Zwecke immer interessanter wird, hat sich ja mittlerweile rumgesprochen. Und dass hier keine Kaufkraft vorhanden ist, stimmt auch nicht. 2017 haben wir bei der SNOOK Frankfurt GmbH für fünf Handelsbetriebe (mit jeweils mehreren Standorten) insgesamt 4.273 Leads generiert; nicht berücksichtigt die, die wir nicht zuordnen konnten. Und spätestens seit dem ersten offiziellen bundesweiten Piloten, den wir gemeinsam mit Facebook Deutschland und einem unserer Kunden (RKG) durchgeführt haben, wurde der Beweis erbracht: Ja, mit Facebook verkauft man auch Autos *(mehr dazu lesen Sie in AUTOHAUS 3/2019)*.

## Anzeigenwirkung im Blick

Punkt 3: Sie verlassen sich lieber auf die gute alte Anzeige? Ja, Sie wissen, was die Anzeige kostet. Aber was sie bringt, wissen Sie nicht, zumindest nicht im Detail. Das Schöne an Werbung bei Facebook und Co. ist, dass Sie eigentlich stündlich wissen, was die „Anzeige" – also der Post – bis dato gekostet hat. In der Regel sind das Bruchteile einer ganzseitigen Anzeige in einer Tageszeitung. Und Sie wissen exakt wie viele Leute diesen Post gesehen haben, wie viele darauf reagiert haben, wie viele davon ihn toll finden, ihn geteilt haben oder einen Kommentar hinterlassen haben. Sie sollten die Möglichkeiten und den Impact von Facebook, Instagram und Co. also nicht unterschätzen. *Michael Ruppert* ■

**PRAXIS-SEMINAR**

Michael Ruppert

Michael Ruppert, Jahrgang 1963, ist Gründer und geschäftsführender Gesellschafter der SNOOK Frankfurt GmbH und SNOOK digital Frankfurt GmbH. Seit knapp zehn Jahren beschäftigt er sich mit dem Thema „erfolgreiches Social Media Marketing für den Autohandel".

Im Seminar „Alles Social Media, oder was!?" der AUTOHAUS akademie gibt Ruppert einen umfassenden Einblick in die Welt des Social-Media-Marketings – am 26.03.2019 in München, 28.03.2019 in Hannover und 02.04.2019 in Frankfurt. Weitere Infos: **www.autohaus.de/akademie**

Fotos: SSilver, fotolia.de