

AGVS-Webinar Google Basic Training

Mit einem Google-Account ist es noch nicht getan

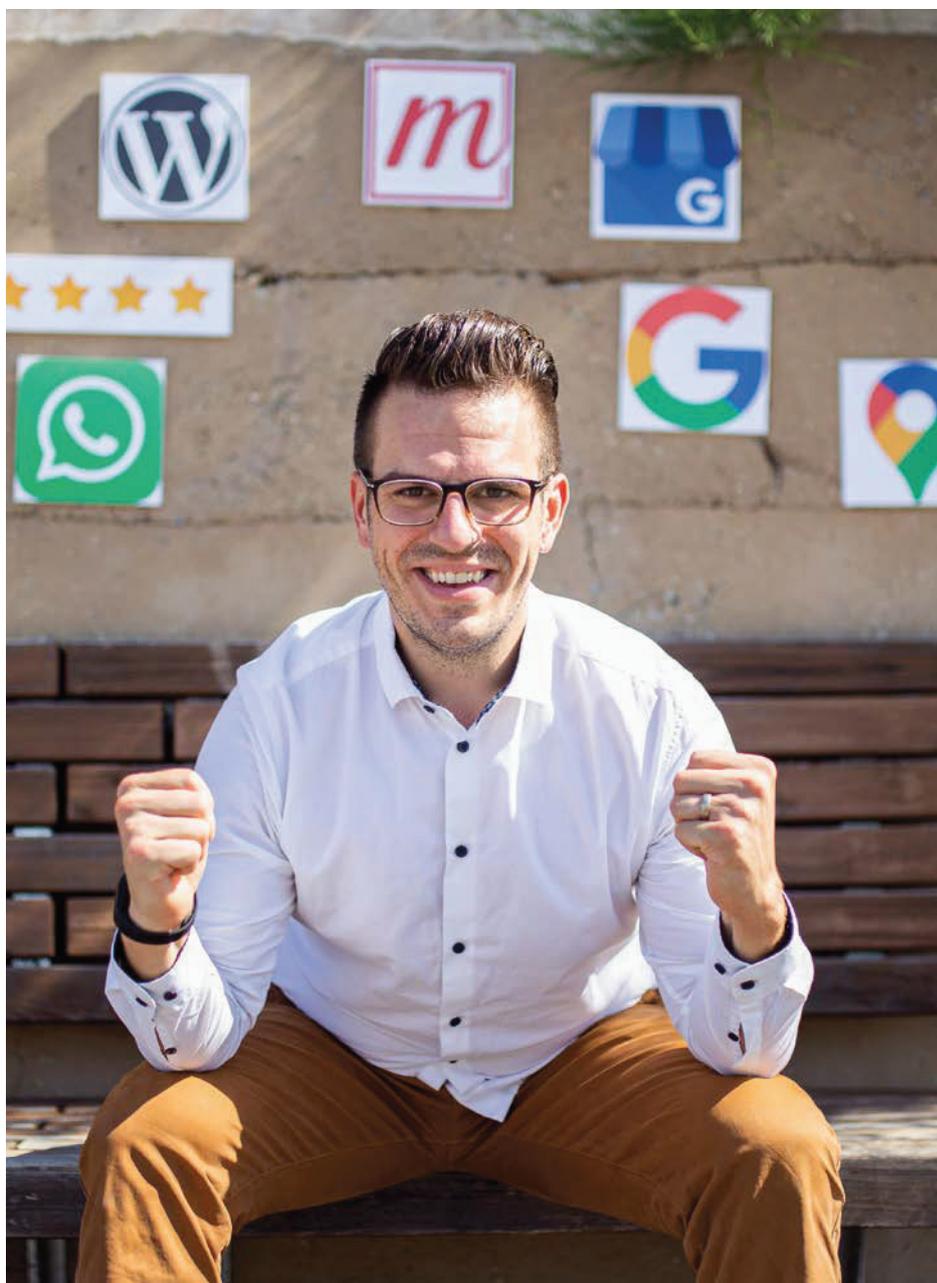
15-Minuten Aufwand pro Woche genügen, um als Garagist in der Informationsflut des Internets sichtbar zu bleiben. Davon ist der Marketingexperte und Automobilfachmann Patrick Möltgen überzeugt. Er gibt sein Wissen an AGVS-Mitglieder weiter und lässt die Garagisten ihren Online-Auftritt gleich während des Kurses anpassen.

Cynthia Mira

Das zweitägige AGVS-Webinar Google Basic Training hilft dem Garagisten, sich mit dem eigenen Webauftritt auseinanderzusetzen. Denn wer im Universum des Suchmaschinen-Giganten Google erfolgreich sein will, der kommt um einen Account von «Google My Business» nicht herum. Patrick Möltgen sensibilisiert die Automobilbranche für diese Thematik und ist seit Jahren als Berater in ganz Deutschland und in der Schweiz unterwegs. Er ist ein Experte auf dem Gebiet und leitet das entsprechende AGVS-Seminar seit 2018. Er sagt: «Viele Garagisten haben zwar ein Google Unternehmensprofil angelegt, aber nur wenige wissen, welches Potenzial wirklich hinter dem Auftritt steckt und vor allem, wie man dieses nutzt.»

Ein beliebter Fehler sei beispielsweise der Irrglaube, dass es genüge, wenn der eigene Betrieb an erster Stelle stehe, sobald der Name der Garage in der Suchfunktion eingegeben werde. Aber so einfach ist das nicht. Das grosse Potenzial schlummert in der Variation anderer Suchbegriffe. Möltgen gibt dazu ein Beispiel: «Wenn ein Ölwechsel ansteht, dann geben die potenziellen Kunden selten den Namen eines Garagisten ein, sondern einfach die Begriffe Ölwechsel und Garage». Das Wichtige sei, auch in solch einem Fall gefunden zu werden respektive bei Google möglichst weit oben zu erscheinen. Zudem sei es von Vorteil, wenn der Suchende dann gleich die Öffnungszeiten, den Routenplaner sowie die Bewertungen zum Betrieb auf einen Blick sieht.

Wenn das Google-Unternehmensprofil auch auf solche indirekten Suchbegriffe optimiert wird, ist es keine Seltenheit, dass bis zu 75 Prozent der Suchanfragen über solche indi-



Um die Bedeutung seines Kurses zu verdeutlichen, führt Patrick Möltgen gerne ein Zitat des deutschen Autors und Verkaufstrainers Dirk Kreuter ins Feld: «Wir verlieren nicht gegen den Wettbewerb. Wir verlieren gegen die eigene Unbekanntheit.» Foto: Stefan Klübert, Location-Shoot-Design

rekten Begriffe generiert werden. Die direkten Sucheingaben über einen Namen machen nur etwa 25 Prozent aus. Auch deshalb werden auf diesem Weg mögliche Neukunden auf die Garage aufmerksam.

All diese Vorteile lassen sich über die Bewirtschaftung des «My Business»-Accounts und einer gezielten Steuerung der Suchoptimierung (SEO) erreichen. Was es dazu braucht, ist eine kontinuierliche Pflege des Accounts. Ist das Profil aber einmal optimiert, liegt der laufende Pflegeaufwand bei einer Viertelstunde pro Woche. «Vielen Garagisten fehlt das Verständnis, wie viel diese investierten 15 Minuten bringen», sagt Möltgen und vergleicht die Arbeit gerne mit einem Showroom. «Man investiert ja auch nicht einfach in einen Raum und kümmert sich dann nicht um die Innenausstattung.»

«My Business» sei die digitale Version des Showrooms und deshalb reiche es nicht aus, wenn man ein Konto eröffne und dieses aber nicht bewirtschafte. Zur Pflege gehören zum Beispiel das Hochladen neuer Bilder, anlegen der Produkte- und Dienstleistungen oder Updates zu geplanten Events. Das Gute: Sobald ein Account aktualisiert wird, misst Google dem Eintrag automatisch eine grössere Bedeutung bei. Und: Die ersten Schritte sowie die Umsetzung weniger der genannten Tipps und Tricks verbessern den Online-Auftritt des Garagetriebs bereits massiv.

Um potenzielle Neukunden zu gewinnen, hilft es einem Garagisten auch, die Bewertungen von bestehenden Kunden einzubetten. Auch darauf geht Möltgen im Kurs ein und gibt Tipps, wie diese eingeholt werden können. «Einer guten Bewertung wird genauso vertraut, wie einem guten Bekannten», sagt er. Man kenne das aus dem eigenen Verhalten. Ein Hotel werde eher gebucht, wenn darunter eine Reihe positiver Bewertungen stünden. Und es gebe Studien, die belegen, dass sich Google-Rezessionen effektiv auf eine Umsatzsteigerung auswirken.

Umso wichtiger ist es, mit mindestens 100 Bewertungen auf Google zu erscheinen. Was hier hilft, ist ein aktives Zugehen auf die Kundschaft. Im Kurs wird beispielweise vermittelt, wie dies über einen einfachen Mailversand mitsamt Link funktioniert. Die Erfahrung zeigt: «Eine solche Erinnerung per Mail an den Kunden nach einem Besuch bei einem Garagisten zeigt Wirkung.»

Das Webinar bietet neben solchem fundierten theoretischen und praktischen Wissen auch die Chance, das eigene Google Unternehmensprofil direkt während des Seminars anzupassen und offene Fragen zu stellen. Das funktioniert auch über das Webinar gut, wie Möltgen sagt. Obwohl er den persönlichen Austausch in der Mobilcity in Bern schätzt. In der Regel findet der Kurs mit acht bis zwölf Teilneh-

menden statt. Besonders oft gelobt wird in Umfragen zu seinen früheren Kursen, wie einfach und verständlich die Inhalte überbracht werden. Zudem wird seine Fachkompetenz hervorgehoben und das aktive Umsetzen während des Seminars geschätzt. Möltgen händigt auch Checklisten aus, um die einzelnen Anwendungen und Verbesserungen direkt nach dem Kurs vornehmen zu können. Ihm sei es wichtig, stets auf die Situation im Schweizer Autogewerbe einzugehen und das theoretische Wissen mit entsprechenden Beispielen aus der Schweiz zu veranschaulichen. Der Kurs richtet sich an Fortgeschrittene und Anfänger gleichermaßen. Möltgen sagt: «Wir holen alle dort ab, wo sie persönlich beim Internetauftritt stehen.» <

Wie funktioniert das Webinar?

Am Webinar können Sie gemütlich von zu Hause aus teilnehmen. Was Sie brauchen, ist einen Computer mit Mikrofon und Kamera (am besten mit Headset). Am Ende des Seminars erhalten die Teilnehmenden eine Kursbestätigung.



Jetzt QR-Code scannen und mehr erfahren!

Die nächsten Webinare Google Basic Training mit Patrick Möltgen finden im März und April statt.

16. und 23. März 2022, Online
22. und 23. Juni 2022, Online
8. und 15. September 2022, Online
26. Oktober und 2. November 2022, Online

Zur Person: Die Automobilbranche ist sein zweites Zuhause

Patrick Möltgen ist spezialisiert auf Vertrieb und Marketing in der Automobilbranche. Als ausgebildeter Automobilkaufmann und mit einem Bachelor in Betriebswirtschaftslehre in der Tasche war er viele Jahre als Online-Marketingberater in ganz Deutschland unterwegs, unter anderem im Auftrag der Marke Volkswagen. Den Alltag eines Garagisten und seine Herausforderungen kennt er aus dem Effeff. Neben seiner Tätigkeit als selbstständiger Berater unterrichtet er das Fach Marketing im Automobilhandel an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Mannheim. Mit seiner Familie lebt er in der Nähe von Karlsruhe. Es sei diese Kombination zwischen Marketing und Automobilbranche, die sein Beruf so spannend mache, wie er sagt.

Weitere Infos unter:
patrickmoeltgen.de

ViveLaCar



So geht's



VERGOLDEN
Sie Ihren Fahrzeugbestand.

Erfahren Sie jetzt, wie Sie mit **Auto-Abo** den Ertrag steigern.

www.ViveLaCar.ch/partner

Interesse? Vereinbaren Sie direkt einen Termin mit Elvir Avdijaj: [✉ elvir.avdijaj@ViveLaCar.ch](mailto:elvir.avdijaj@ViveLaCar.ch)