

#SocialTurbo: Datengetriebenes Marketing für Fahrzeuge

AutoScout24 erleichtert Händlern den Einstieg in die sozialen Medien

München, 13. Mai 2019. AutoScout24 präsentiert mit dem #SocialTurbo eine einfache Möglichkeit für Fahrzeughändler, soziale Medien für den Verkauf ihrer Autos zu nutzen. Das neue Werbeformat kombiniert Nutzerdaten von AutoScout24 und Facebook bzw. Instagram. Die Folge: Händler erweitern ihre Reichweite um viele Millionen potenzielle Autokäufer bei Facebook, dem größten sozialen Netzwerk weltweit. Autointeressenten erhalten aktuelle Fahrzeuge von AutoScout24 auf ihrer persönlichen Facebook-Seite ausgespielt – und zwar passend zu ihren automobilen Vorlieben. Dabei geht die Auswahl der Fahrzeuge und die Ausspielung automatisiert vonstatten. So entsteht im Autohaus kein Aufwand, um die Social-Media-Kampagnen zu steuern.

Hinter den neuen datengetriebenen Werbemitteln steht nicht weniger als ein Paradigmenwechsel: aus Pull-Werbung wird Push-Werbung. In Zukunft sollen Autohändler nicht mehr darauf warten, dass Käufer aktiv nach für sie passenden Fahrzeugen suchen. Vielmehr sollen die Händler ihre potenziellen Käufer zum richtigen Zeitpunkt mit individuellen Angeboten und personalisiertem Content inspirieren.

Gezielte Ansprache durch modernes Empfehlungsmarketing

Für den #SocialTurbo wird das Suchverhalten von Millionen von AutoScout24-Nutzern monatlich analysiert und mit Daten von Facebook kombiniert. Die Fahrzeuge erscheinen nicht als klassische Werbeanzeige, sondern als gesponserter Eintrag auf der persönlichen Seite des Interessenten. Das erhöht die Akzeptanz bei den potenziellen Empfängern. „Die natürliche Einbindung funktioniert sehr gut“, sagt Jochen Kurz, Director Product bei AutoScout24. „Die Klickzahlen für diese Fahrzeuge und die daraus resultierenden Anfragen bei den Händlern haben uns selbst positiv überrascht. So zielsicher und mit so wenig Aufwand konnten unsere Händler noch nie ihre Fahrzeuge in die sozialen Medien bringen.“ AutoScout24 ist sogar so von seinem neuen Werbeformat überzeugt, dass es eine bestimmte Reichweite garantiert.

Eine weitere wichtige Funktion sozialer Medien ist es, Inhalte mit anderen Nutzern zu teilen oder diese zu kommentieren. Das heißt: Klassische Mund-zu-Mund-Propaganda findet heute bei Facebook, Instagram und Co. statt. So empfehlen Facebook-Nutzer Fahrzeuge ihren Freunden und Bekannten weiter. Dieser Effekt bringt Händlern zusätzliche Reichweite und stärkt das Vertrauen potenzieller Käufer.

Big Data: Zukunft des Fahrzeugmarketings

AutoScout24 will auch in Zukunft datenbasierte Vermarktungsformate für Fahrzeuge – wie den #SocialTurbo – weiter vorantreiben. „Wir setzen auf eine ausgefeilte Kombination von unterschiedlichen Daten: Geodaten, Demographie, Verhalten bei vorherigen Interaktionen mit AutoScout24 oder unseren Partnern, Fahrzeugdaten und vieles mehr“, sagt Jochen Kurz. „So können wir unterschiedliche Lebenssituationen erkennen und entsprechende Angebote unterbreiten. Sucht ein Nutzer zum Beispiel bei unserem Schwesterportal ImmobilienScout24 nach einer größeren Immobilie mit vielen Schlafzimmern, können wir von Familiennachwuchs ausgehen. Die bevorzugte Wohngegend gibt Hinweise auf das Einkommen und den Lebensstil.“ Die gewonnenen Daten werden anonymisiert und zu Verhaltensclustern zusammengefasst. Auf dieser Grundlage stellt AutoScout24

Korrelationen zwischen verschiedenen Merkmalen her und entwickelt per Machine Learning immer genauere Datenmodelle für Zielgruppen.

Über AutoScout24

AutoScout24 ist europaweit der größte Online-Automarkt. Mit AutoScout24 können Nutzer Gebrauchtwagen sowie Neuwagen kaufen und verkaufen. Der Marktplatz inspiriert rund um das Thema Auto und hilft, die beste Entscheidung zu treffen. Die TÜV geprüfte [Fahrzeug-](#) und [Preisbewertung](#) liefert wertvolle Orientierungshilfen. So gehen Autokäufer gut informiert und kaufbereit zum Händler. Mit mehr als 26 Millionen Downloads wurde die App von AutoScout24 als beste, kundenfreundlichste App ausgezeichnet (FOCUS-MONEY Studie „Kundenfreundliche Apps“, Heft 14/18).

AutoScout24 gehört ebenso wie ImmobilienScout24 zur Scout24-Gruppe. Weitere Informationen finden Sie unter www.autoscout24.de

Medienkontakt

Marit-Andrea Meineke
Pressesprecherin
AutoScout24 GmbH
Bothestraße 11-15
D-81675 München
Tel.: +49 89 444 56-1185
E-Mail: presse@autoscout24.de