

Suchmaschinen-Marketing

Auf Google gefunden werden

Der AGVS bietet in der Business Academy neu einen Google-Basics-Einsteigerkurs an. Dort lernen Garagisten, «Google MyBusiness», «Google SEO» und «Google SEA» so einzusetzen, dass sie bei Suchanfragen gefunden werden. **André Bissegger**



«Die erste Adresse bei der Fahrzeugsuche und bei Aftersales-Dienstleistungen ist heute die Suchmaschine. Dabei nimmt Google die absolut marktführende Position ein», sagt Beat Jenny von Trepos, Kursleiter des «Google-Basics-Trainings für den Autohandel».

Doch um bei Suchanfragen von potenziellen Kunden an erster Stelle zu erscheinen oder zumindest sichtbar zu sein, gilt es, einige Grundprinzipien zu beachten. «Viele Autohäuser geben noch immer viel Geld für klassische Werbung aus. Gleichzeitig vernachlässigen sie häufig die Möglichkeiten, die Google bietet, um bei spezifischen Anfragen wirklich gefunden zu werden.»

Hier setzt der eintägige AGVS-Einsteigerkurs an, der erstmals am 18. Februar in Bern stattfand. Die Teilnehmer mit dem neuen Kurs einen Einblick in die wichtigsten Werkzeuge und Massnahmen für eine verbesserte Sichtbarkeit auf Google. Sie lernen unter anderem wichtige Ein-

flussfaktoren auf das Google Ranking und deren Optimierung kennen, können danach selbstständig eine Google-Adwords-Textanzeige gestalten und kennen die unterschiedlichen Wirkungsweisen von Suchmaschinenoptimierung (SEO) und «Google Ads» (SEA) – und nutzen die Werkzeuge für ihre Unternehmensziele.

Kosten- und themeneffizient arbeiten

Der Kurs ist interessant für alle Betriebe – egal ob Marken- oder freie Garagisten. Er richtet sich an Geschäftsführer, Verkaufsleiter, Marketingleiter und Verkaufsmitarbeiter. «Wenn Sie wissen, wie Google funktioniert, dann können Sie Ihr Angebot so schärfen, dass Sie zielgerichtet gefunden werden», sagt Beat Jenny.

Dies ist vor allem wichtig, da das klassische Marketing – also Offline-Massnahmen – zunehmend mit Online-Massnahmen verschmelzen. «Gerade mit dem Einsatz einer guten Google-Kampagne und

der Optimierung der Website kann extrem kosten- und themeneffizient gearbeitet werden», sagt der Kursleiter.

Jenny betont, wie gross die Chancen einer guten Google-Kampagne sind: «Der potenzielle Kunde hat ein Interesse und sucht im Internet und vor allem auf Google danach. Genau in diesem Moment sollten wir präsent sein, denn er möchte jetzt etwas wissen.»

Könne ihm die Garage Auskunft geben, schaffe das Vertrauen.» Deshalb müsse alles daran gesetzt werden, in diesem Augenblick mit verschiedenen Themen sichtbar zu sein. «Mit Google haben wir riesige Möglichkeiten, unsere Präsenz zielgenau zu schärfen – und das 24 Stunden pro Tag.»

Derzeit sind drei Kurse geplant: am 13. Mai an der STF Winterthur, am 22. Juli in der Mobilcity in Bern und am 2. September im AGVS-Ausbildungszentrum Horw. Für sämtliche Daten sind noch Plätze frei – die Teilnehmerzahl ist beschränkt. <