

puls Trendstudie zur Erfolgsmessung von Social-Media-Aktivitäten für den Automobilverkauf

Instagram goes Automobilverkauf

Nürnberg, 27. April 2018

Notizen:

1 Die trotz Datenskandal nahezu konstante Nutzung von Facebook
durch Autokäufer zeigt, wie stabil sich soziale Netzwerke
mittlerweile bei Autokäufern etabliert haben. Wenn es um die
Nutzung der einzelnen Social Media Plattformen durch Autokäufer
5 geht, so verzeichnen laut einer Trendstudie der [Nürnberger
Marktforschung puls](#) vor allem WhatsApp, YouTube und Instagram
hohe Wachstumsraten. Das von *puls* in Kooperation mit der
Universität Bamberg entwickelte AILIRA Stufenmodell zur
Wirkungsmessung zeigt beim Vergleich zwischen Facebook und
10 Instagram beispielsweise, dass Facebook mit 66 Prozent zwar eine
deutlich höhere Verbreitung als Instagram bei Autokäufern hat,
mit einer Kaufabsichtssteigerung von 15,9 Prozent aber klar unter
den 18,2 Prozent von Instagram liegt. Diese Durchschnittswerte
dürfen aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass zwischen der
15 Erfolgswirkung einzelner Automarken auf Facebook ebenso Welten
liegen wie zwischen der Wahrnehmung der Instagram-Aktivitäten in
den Händlernetzen der einzelnen Marken. So nehmen aktuell 14
Prozent der Autokäufer Instagram-Aktivitäten von
Automobilhändlern positiv wahr. Die deutlich höheren Werte von
20 Audi (39 Prozent), BMW (31 Prozent) und Mercedes Benz (26
Prozent) zeigen aber, was über Instagram im Automobilhandel
möglich ist. Bei den gewünschten Inhalten bieten Instagram-
Stories aktuelle Angebote, innovative Ausstattungen,
Gewinnspiele, Videos und Hinweise auf Events die größten Chancen.
25 „Achten Sie auf kaufwirksamen Unterhaltungswert, beziehen Sie die
Händler aktiv in die Entwicklung von Social-Media-Aktivitäten ein
und messen Sie kontinuierlich Ihren Erfolg“, empfiehlt daher *puls*
Geschäftsführer Dr. Konrad Weißner.

-ENDE-

Anzahl Zeilen: 28
Anzahl Anschläge: 1.683 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum: 27. April 2018
Ansprechpartner: Dr. Konrad Weißner +49 (0) 911-9535-400

Abdruck honorarfrei

Über *puls* Marktforschung

Seit über 25 Jahren konzentriert sich die *puls* Marktforschung darauf, den Markterfolg von Unternehmen durch umsetzungsorientierte Marktforschung und daraus abgeleitete Maßnahmenempfehlungen abzusichern.

An der Durchführung von kundenindividuellen Marktforschungsstudien arbeiten 17 hochqualifizierte Mitarbeiter. Bei *puls* gibt es kein Marktforschungsprojekt ohne konkrete Maßnahmenempfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien.

Leitlinie der Arbeit bei *puls* ist das Leistungsversprechen „For Better Decisions“. Eine stetig wachsende Anzahl nationaler und internationaler Unternehmen sind von dem von *puls* entwickelten Konzept der Markennavigation überzeugt. Global Player wie Audi, Opel, Volkswagen, Audi, GORE-TEX, ZF Services oder BASF sichern ihr weiteres Wachstum durch maßgeschneiderte Marktforschung von *puls* ebenso ab wie mittelständische Unternehmen.

Mehr Informationen über *puls* Marktforschung finden Sie unter www.puls-marktforschung.de.