

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

Instagram goes Automobilverkauf

Nürnberg, 27. April 2018

Notizen:

1 Die trotz Datenskanal 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 Weßner.

30 -ENDE-

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

40

45

puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
 90571 Schwaig bei Nürnberg

Tel. 0911-9535-400
 Fax 0911-9535-404

info@puls-marktforschung.de
 www.puls-marktforschung.de

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.