

Facebook goes Automotive Sales

*puls-Studie zur Social Media Nutzung und Facebook-Werbewirkungsmessung
auf Basis des AILIRA-Stufenmodells*

von

puls Marktforschung GmbH

Dr. Konrad Weißner / Axel Schwalke

30. Januar 2014

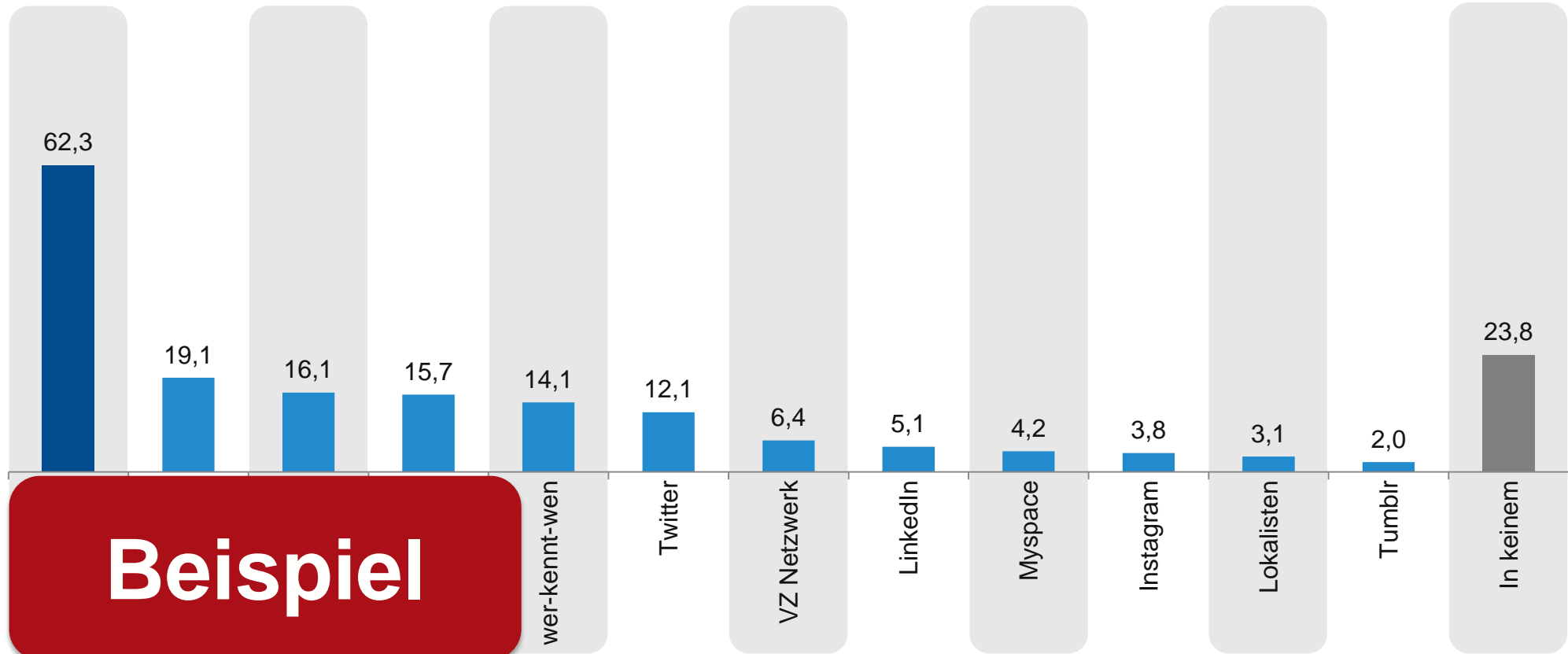
- A. Studiendesign und Stichprobenstruktur
- B. Expertenkommentar Dr. Konrad Weißner
- C. Gain & Loss: Welche Sozialen Netzwerke gewinnen, welche verlieren?
- D. Facebook-Werbewirkungsmessung
- E. Fazit
- F. Anhang

- ➔ Wie hat sich das Nutzungsverhalten von sozialen Netzwerken im Jahr 2013 gewandelt?
- ➔ Welche sozialen Netzwerke gewinnen, welche verlieren? Wie sieht dies nach Altersgruppen aus?
- ➔ Welche Anteile der Autokäufer „ liken “ eine Automarke oder einen Händler?
- ➔ Welche Automobilmarken wurden in Facebook wahrgenommen?
- ➔ Welche wurden näher angeschaut, für gut befunden oder geteilt?
- ➔ Mit welchen Marken wird interagiert?
- ➔ Bei welchen Marken hat sich die Kaufabsicht erhöht?
- ➔ Mit welchen Facebook Aktivitäten können Automobilhersteller und Händler punkten?
- ➔ Welche anderen Marken „ liken “ Facebook-Fans der einzelnen Automarken noch?

Knapp 2 von 3 Autokäufern nutzen Facebook

Nutzung sozialer Netzwerke

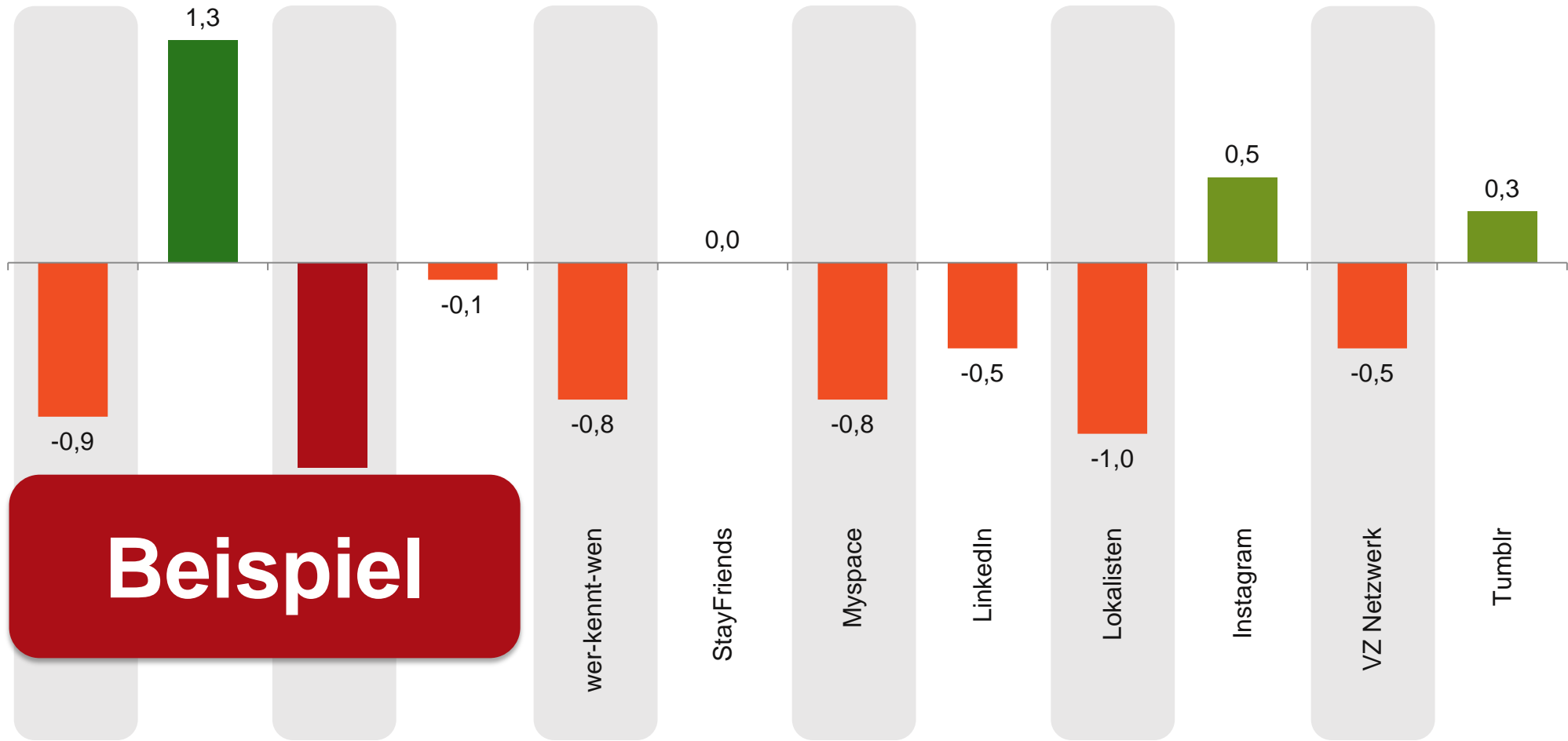
In welchem sozialen Netzwerk sind Sie Mitglied?



Die Absicht, Google+ in Zukunft stärker zu nutzen, ist am stärksten gestiegen

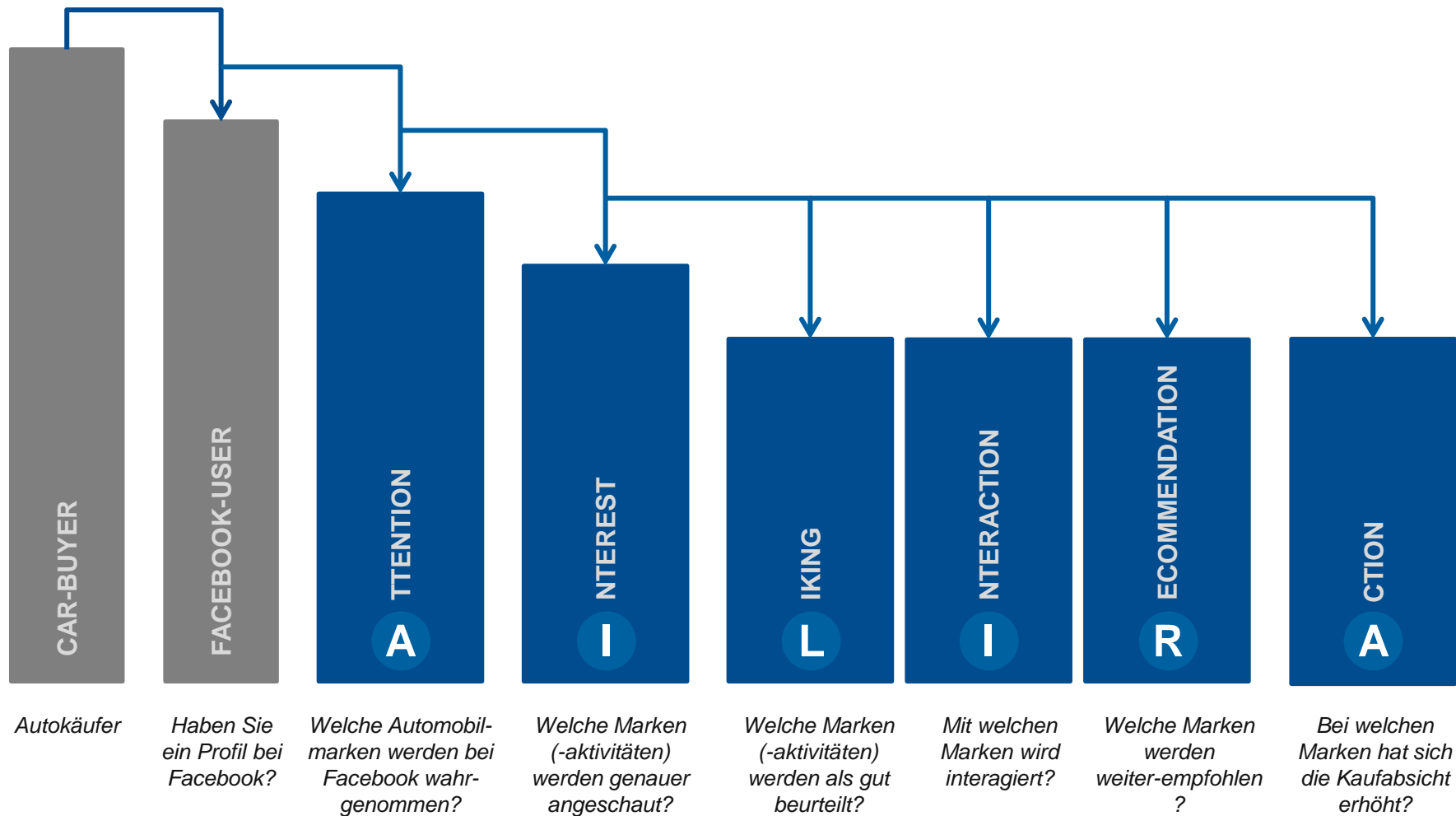
Nutzung sozialer Netzwerke in Zukunft – Welle 1 vs. Welle 4

Gibt es ein oder mehrere soziale Netzwerke, die Sie in Zukunft intensiver nutzen werden?



Beispiel

Das ALLIRA-Stufenmodell-Konzept zur Facebook-Werbewirkungsmessung



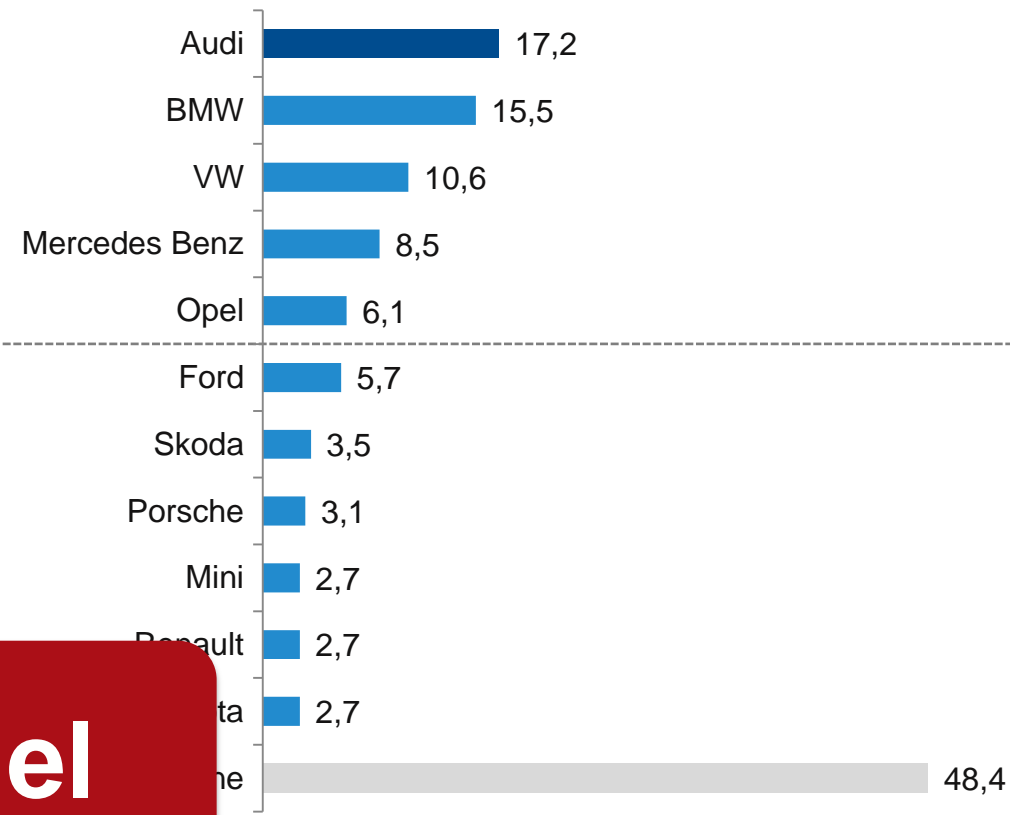
Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Audi hat die meisten Facebook-Fans und wird auf Facebook am häufigsten wahrgenommen



Attention

Welche Marken von Automobil-Herstellern haben Sie in letzter Zeit in Facebook wahrgenommen?



Beispiel

Facebook Likes
(Stand: 22.01.2014)

1.057.359
820.025
477.758
599.247
376.587
310.912
220.630
6.336.402*
192.538
36.419
37.219

* Porsche International

Facebook goes Automotive Sales

Erscheinungsform: pdf-Dokument

Herausgeber: *puls* Marktforschung GmbH,
Schwaig bei Nürnberg

Preis: € 299,- zzgl. MwSt.



Facebook goes Automotive Sales

puls-Studie zur Social Media Nutzung und Facebook-Werbewirkungsmessung auf Basis des AILIRA-Stufenmodells

von
puls Marktforschung GmbH
Dr. Konrad Weißner / Axel Schwalke
31. Januar 2014

Ihre Ansprechpartner

Dr. Konrad Weißner
0911-9535-400



Axel Schwalke
0911-9535-420



© Alle Rechte, insbesondere der Weiterleitung an Dritte oder der Übersetzung, vorbehalten! Alle Texte und Grafiken der Studie sind urheberrechtlich geschützt. Eine Übernahme für private Zwecke ist unter deutlicher Quellenangabe gestattet. Die Übernahme und Nutzung der Daten zu anderen Zwecken bedarf der schriftlichen Zustimmung der *puls* Marktforschung GmbH.

Unsere Faxnr.: +49 (0)911 / 95 35 404

Ich bin interessiert an der Studie „**Facebook goes Automotive Sales**“.

- Ich bestelle die Studie zum Preis von € 299,- zzgl. MwSt. – die Zahlung erfolgt per Rechnung.
- Ich bin an einer Präsentation vor Ort interessiert. Bitte kontaktieren Sie mich diesbezüglich.

Firma: _____

Name: _____

Anschrift: _____

E-Mail: _____

Telefon: _____



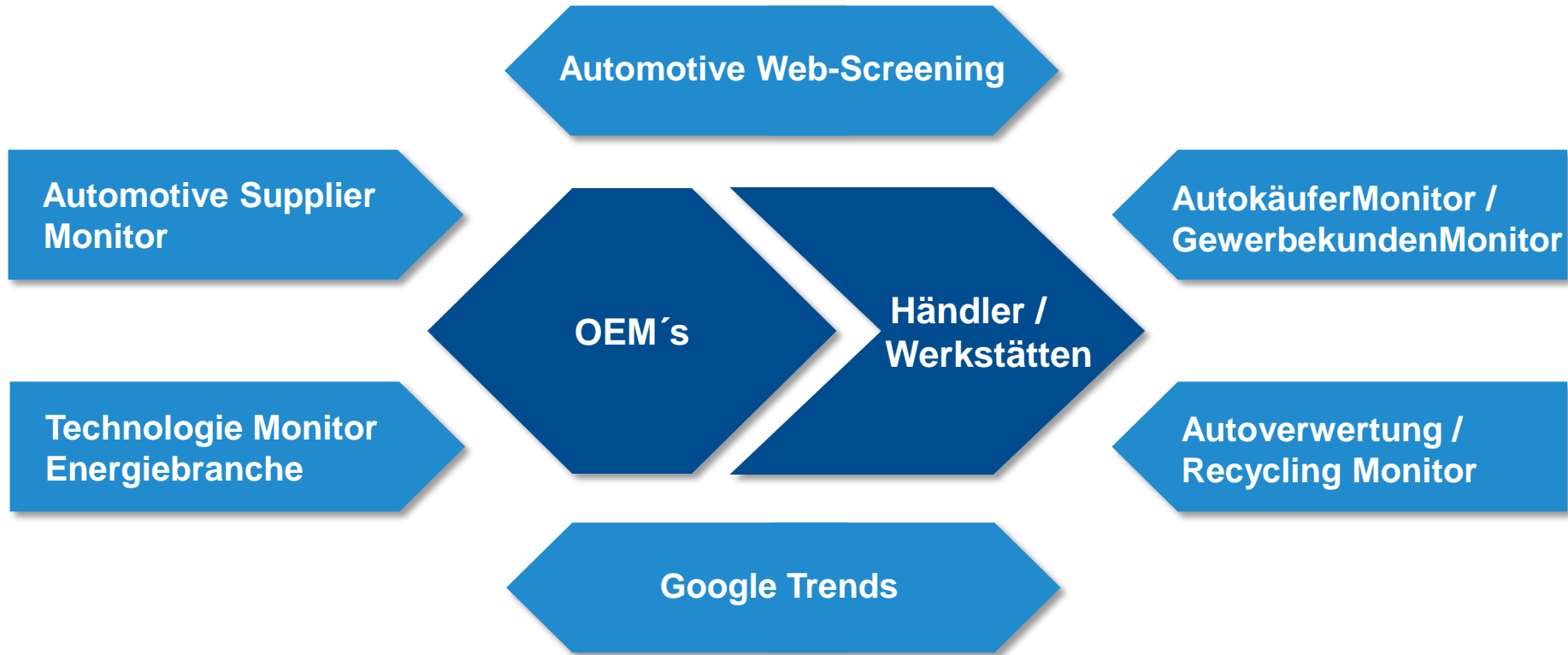
Gründungsjahr:	1992
Feste Mitarbeiter:	20
Mitarbeiter Telefonstudio:	140
Firmensitz:	Schwaig bei Nürnberg

Kerngeschäft: **Quantitative und qualitative Marktforschung**

Ziel: ***For Better Decisions***
Effiziente Marktforschung und
Empfehlungen für bessere Entscheidungen
und Strategien.

Aktive Mitgliedschaften:





Automotive Supplier Monitor

Markttrends bei Automobilzulieferern (Entscheiderstudie 2x jährlich).

TechnologieMonitor Energiebranche

Technologietrends auf dem Weg zu erneuerbaren Energien (Entscheiderstudie 2x jährlich).

Automotive WebScreening / Google Insights

Analyse der Kundenbewertungen im Web 2.0 sowie der Google-Suchanfragen zu Automobilherstellern, Fahrzeugen, Autohäusern etc.

Monitorings bei Händlern und Werkstätten

Autohaus Online-Panel

Händler-Panel bei 1.600 Entscheidern in Autohäusern.

***puls*Schlag**

Monatliche Erhebung der Konjunktur- und Verkaufserwartungen der Autohäuser (Seit 2000 in Kooperation mit der Fachzeitschrift AUTOHAUS).

Schwache MarkenMonitor/ AUTOHAUS BankenMonitor/ AUTOHAUS VersicherungsMonitor:

Jährliche Messungen der Händlerzufriedenheit mit Herstellern/Importeuren, Autobanken und Versicherungen.

AutokäuferMonitor / GewerbekundenMonitor

Markenübergreifende Befragung von monatlich 1.000 Autokäufern und 1.500 Autoflottenkunden (2x jährlich).

Autoverwertung / Recycling

Trends zur Wiederverwertung von Fahrzeugen (Entscheiderstudie 2x jährlich).

Thema	Erscheinungsdatum	Preis
Marktpotenziale von SUVs	Nov 2013	€ 299,-
Kunden 3.0 – Marketing 3.0	Okt 2013	€ 299,-
Connected Cars und Google Glass: Wie das Internet Einzug in das Auto hält	Sep 2013	€ 599,-
Der Konfiguratorcheck: Auf der Suche nach dem idealen Fahrzeug	Aug 2013	€ 299,-
Werdende und junge Eltern als Kundensegment der Automobilbranche	Mai 2013	€ 299,-
Autos kaufen oder teilen?	Apr 2013	€ 299,-
Autokäufer berühren	Mrz 2013	€ 299,-
Marktchancen von Billigautos in Deutschland	Jan 2012	€ 199,-
Mit Facebook Autokäufer gewinnen	Dez 2012	€ 199,-
Verkauf von Finanzdienstleistungen im Nutzfahrzeuggeschäft	Okt 2012	€ 199,-
Trends und Erfolgsfaktoren der Etablierung von Elektromobilität	Juli 2012	€ 199,-
Audi, BMW, Mercedes im Vergleich	Jul 2012	€ 199,-
Status 2.0 - Vom Automobilverkauf zu Mobilitätslösungen	Jul 2012	€ 299,-
Connected Cars	Apr 2012	€ 199,-
Steigende Kraftstoffpreise als Chance für die Automobilbranche	Mrz 2012	€ 199,-
Autokäuferinnen als Marktchance	Mrz 2012	€ 199,-
Wachstumsmarkt Oldtimer	Feb 2012	€ 199,-





puls MARKTFORSCHUNG
FOR BETTER DECISIONS

puls MARKTFORSCHUNG GmbH
Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg
www.puls-marktforschung.de

Telefon +49 911 9535-400
Fax +49 911 9535-404
E-Mail info@puls-marktforschung.de

Telefon +49 911 9535-400
E-Mail schwalke@puls-marktforschung.de

puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Telefon 0911-9535-420
Fax 0911-9535-404

schwalke@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de

Geschäftsführer: Dr. Konrad Weißner · Ust-ID-Nr.: DE 133 554 286 · Ust-Nr.: 241/135/41 284 · Amtsgericht Nürnberg · HRB 11034