Google

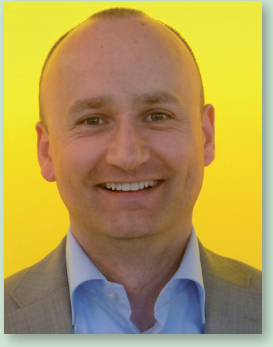
Fallstudie: DÜRKOP GmbH

DÜRKOP setzt auf AdWords und verkauft sehr erfolgreich Gebrauchtwagen

DÜRKOP
Die automobile Marke

- Dreimonatige AdWords-Kampagne
- Fast vier Millionen Anzeigensichtkontakte, mehr als 11.000 Klicks
- Eingesetztes Budget: 3.733 Euro
- 25 Gebrauchtwagen verkauft

Mithilfe eigens eingerichteter Landing Pages und einer dreimonatigen Google AdWords-Kampagne konnte die Filiale Kassel-Waldau der DÜRKOP-Gruppe einen großen Gebrauchtwagen-Altbestand abbauen. Der Return on Investment: 25 Verkäufen stand ein sehr überschaubarer Budgeteinsatz gegenüber.



Wir haben einen hervorragenden Return on Investment erzielt. Mit dem überschaubaren Einsatz von 3.733 Euro wurden 25 Fahrzeuge verkauft.

Alen Maric,
Verkaufsleiter Filiale Kassel-Waldau, DÜRKOP-Gruppe

Die DÜRKOP Gruppe verkauft Neu- und Gebrauchtwagen an 19 Standorten in Deutschland. Der Schwerpunkt des Mehrmarkenhändlers liegt bei Opel Modellen. Anfang 2010 stand der neue Verkaufsleiter Alen Maric im größten Autohaus der Gruppe in Kassel-Waldau vor der Herausforderung, den Gebrauchtwagen-Altbestand zu verkaufen. „Wir mussten Platz für neue Modelle schaffen“, erzählt er. Für die notwendigen Werbemaßnahmen griff Maric ausschließlich auf Google AdWords zurück.

Dreimonatige AdWords-Kampagne für Gebrauchtwagenverkauf

Alen Maric richtete für die Marken Opel, Volvo, Alfa Romeo und Kia vier eigene Landing Pages ein, die unabhängig von der Hauptadresse www.duerkop.de funktionierten und schaltete ab 20. Mai für drei Monate AdWords-Textanzeigen. „Als Budgetobergrenze waren 1600 Euro pro Monat gesetzt“, erläutert der Verkaufsleiter. Gestartet wurde mit 506 Keywords, deren Anzahl Maric jedoch bald auf die besonders gut laufenden einschränkte. Außerdem wurde die Ausspielung der Anzeigen regional begrenzt, um eine Kannibalisierung mit Angeboten anderer Filialen zu vermeiden. Potenzielle Autokäufer fanden auf den Webseiten Informationen zu den jeweiligen Gebrauchtwagen, ein Kontaktformular für Anfragen und eine ausschließlich dort kommunizierte Telefonnummer. Die Verkaufsberater in Kassel-Waldau wiederum konnten auf ihren Telefonen sofort erkennen, wenn sich ein Anrufer über die bei Google AdWords angezeigte Telefonnummer meldete.

Ausgezeichnete Leistungswerte und 25 Fahrzeuge verkauft

Der Erfolg der AdWords-Werbung „war ausgezeichnet“, berichtet DÜRKOP-Verlaufsleiter Maric. Binnen drei Monaten wurden die AdWords-Anzeigen fast vier Millionen Mal ausgespielt (3,93 Mio. Anzeigensichtkontakte) und generierten über 11.000 Klicks. Sie machten die Opel-Seite zur meistbesuchten in der gesamten DÜRKOP-Gruppe. Die Kosten-pro-Klick (CPC) lagen bei 33 Cent. Besonders zufrieden ist Maric mit den Conversions: „Wir haben einen hervorragenden Return on Investment erzielt. Mit dem überschaubaren Einsatz von 3.733 Euro wurden 25 Fahrzeuge verkauft.“ Im Vergleich dazu seien lokale Printanzeigen teurer und weniger effektiv, so Alen Maric.

Weitere Filialen der DÜRKOP-Gruppe werben nun mit AdWords

Das Fazit von Verkaufsleiter Maric lautet: „Wir haben binnen kurzer Zeit mit überschaubarem Einsatz viel bewegt. Ich würde AdWords auch kleinen Händlern sehr empfehlen.“ Die Anzeigenkampagne für den Gebrauchtwagenverkauf am Standort Kassel-Waldau war auch ein Test für die DÜRKOP-Gruppe. Inzwischen werben bereits weitere Filialen mit AdWords. Angesichts des hervorragenden Return on Investment soll AdWords als Vertriebskanal bald in der gesamten Gruppe genutzt werden

Kontaktieren Sie unser **Google Office**

Google Germany GmbH
ABC-Strasse 19 | 20354 Hamburg
Tel. +49 (0)40 8 08 17-9214

Urheberrechtlich geschützt. Google ist eine Marke der Google, Inc.