

Gebrauchtwagen

Praxis

märz 08

► **Ruckzuck versteigert**

Basisversion von autobid.de

► **Dankbare Kunden**

Wirkungsvoll verkaufen



Frischluff

Rußfrei in die City

▷ Fit für Online

Diese fünfteilige Serie macht fit für das Online-Business:

- 1. Verändertes Informationsverhalten und Mediennutzung:** in: »Gebrauchtwagen Praxis« 2/08
- 2. Konzeption einer Autohaus-Homepage:** Was muss und was kann enthalten sein (inklusive Checkliste), in: »Gebrauchtwagen Praxis« 3/08
- 3. Integration des Online-Business:** Prozessoptimierung, Fahrzeugbewertung, Annahme, Datenpflege, Verkauf, Qualitätskontrolle, in: »Gebrauchtwagen Praxis« 4/08
- 4. Zeigen, was man hat:** Die richtige Fotoauswahl vom Autohaus, Mitarbeitern und Fahrzeugen, in: »Gebrauchtwagen Praxis« 5/08
- 5. Online-Shops für Autohäuser:** Was man dazu braucht und was es bringt, inklusive einiger Beispiele, in: »Gebrauchtwagen Praxis« 6/08

nicht selbst erstellt werden können, muss man dafür sorgen, dass diese nicht gegen Urheberrechte verstoßen. **Olaf Dicker** ◀

Der Autor ist Geschäftsführer der Agenturen 5W-50 (www.5w-50.de) und 4selected-consulting (www.4selected-consulting.de) in Potsdam und Berlin

▷ WICHTIGE ECKPUNKTE FÜR DAS WEBSITE-KONZEPT

1. Zweck der Homepage

- ▷ allgemeine Informationsseite entsprechend den Herstellervorgaben
- ▷ absatzorientierte Seite zum An- und Verkauf von Gebrauchtwagen
- ▷ Produktinformationsseite
- ▷ Plattform für Kunden

2. Inhalte

► Texte:

- ▷ häufig geändert (Newsletter)
- ▷ interaktiv (Besucher können Kommentare schreiben)
- ▷ öfter geändert (Produktinformationen/ Angebote)
- ▷ selten geändert (allgemeine Informationen)

TIPP: Liefern Sie dem Profi an Ihrer Seite die Inhalte. Für das Layout ist er da.

► Fotos:

- ▷ fast täglich, wöchentlich geändert (Gebrauchtwagenbilder + Fahrzeugbeschreibung)
- ▷ häufig geändert (News, Veranstaltungen)
- ▷ öfter geändert (Produktbilder, Bildergalerie)
- ▷ selten geändert (Logos, Mitarbeiter-, Ansprechpartnerwechsel)

TIPP: Besser keine Fotos als schlechte. Beauftragen Sie lieber einen Fotografen. Nur ein Fo-

tograf kann die Architektur eines Autohauses und die Mitarbeiter ins richtige Licht setzen. **Achtung:** Benutzen Sie keine Bilder, bei denen die Nutzungsrechte nicht geklärt sind oder bei denen Sie die Rechte nicht erworben haben. Urheberrechtsverletzungen können im Internet empfindliche Strafen nach sich ziehen.

► Filme, Musik:

- ▷ häufig geändert (Podcasts)
- ▷ selten geändert (Animationen, Hintergrund)

TIPP: Zu viel Animation kann die Ladezeiten nach oben treiben, und mit viel Geduld können Sie beim Besucher Ihrer Site nicht rechnen.

3. Farben

Der Hersteller möchte im Rahmen seines Außenauftritts auch im Internet die festgelegte Gestaltungsrichtlinie beibehalten. Nur minimale Nuancen können im Rahmen des Corporate-Design-Leitfadens verändert werden. In der Regel dürfen Namen, Ansprechpartner und Adressen eigenständig geändert werden. Daher ist es für Vertragshändler wichtig, mit der Agentur einen möglichst herstellernahen Auftritt abzustimmen. Der Hersteller bietet zusätzlich über Presse- und Agenturzugänge Bild- und Informationsmaterial an, mit denen die Site professionell ausgestattet werden kann.

