

So machen Sie „maßgeschneiderte“ Werbung bezahlbar

Zu Recht beklagen viele Autohändler die Standard-Werbelösungen vieler Systemanbieter. Wer mit mehr als einer Marke arbeitet oder besondere Schwerpunkte setzt, muss das kommunizieren. ELN-Teilnehmer können deshalb „maßgeschneiderte“ Lösungen abrufen und so ihr Profil stärken.

von Betty van Loon

„Wir haben ganz besondere Voraussetzungen.“ Haben Sie das schon mal gedacht? Und sind Sie auf Unverständnis gestoßen, als Sie es laut ausgesprochen haben? Wir wissen, dass dieser Satz berechtigt ist. Und deshalb sorgen wir dafür, dass Sie Ihre besonderen Stärken im Handel und in der Werkstatt darstellen können. Wenn Sie allerdings eine Schwäche sehen, gehen wir auch diese Aufgabe mit Ihnen an!

Wir machen Stärken sichtbar

Stärken klug darstellen und intelligent Schwächen beheben – das sind zwei Aufgaben, die meist viel Aufwand verursachen. Wir sorgen dafür, dass Ihre Werbung dennoch sehr bezahlbar bleibt.

Wie das gelingt? Mit vielen Nutzern! Denn sie sorgen dafür, dass die einzelne Umsetzung preisgünstig wird.

Jeder ELN-Teilnehmer erhält bei uns durchdachte, umfassend vorbereitete Angebote. Diese sind nicht nur in einem Werbekanal nutzbar, sondern überall dort, wo

Sie werblich aktiv sind:

- in Ihrer Prospektwerbung
- in Zeitungsanzeigen
- auf Ihrer Webseite
- bei Facebook und Instagram

Die Grundlage bilden jeweils typische Mehrmarken-Themen. Die konkrete Ausgestaltung erfolgt passgenau für Sie. Seit 2014 entlasten wir so Mehrmarken-Autohäuser. Sie sparen Geld und Zeit, weil die Umsetzung viel schneller gelingt. Das bestätigt uns ELN-Teilnehmer Christian Christoffel: „Über die Prospektwerbung verkaufe ich messbar Autos. Und bei Fa-

cebook bin ich begeistert, wie schnell van Loon unsere Probleme löst.“

Sie sparen Zeit & Geld

MMC-Partner Oliver Stieber gewinnt ebenfalls Zeit: „van Loon kümmert sich um Facebook und Webseite, aus einer Hand. Die Zugriffszahlen sind massiv gestiegen.“ MMC-Partner Achim Elbers: „Fünf Prospektaktionen jährlich schafft man nur mit einem Partner, der uns versteht. Wir sind mit der Unterstützung durch van Loon seit 2014 sehr zufrieden.“



Aus einer Hand, schnell und preisgünstig: Die bekannte Prospektwerbung wird flankiert von aktuellen Inhalten und Aktionen für Webseiten, soziale Medien und Anzeigen.



Betty van Loon

Geschäftsführende Gesellschafterin van Loon Kommunikation GmbH

die Mehrmarken-Kommunikation sieht sie als Riesenchance für kleinere Autohäuser, seit es die GVO gibt: „Seitdem kann ich den Autounternehmer vor Ort effektiv stärken.“ Mit ihrer Erfahrung aus dem BMW Handelsmarketing baute sie so die Mehrmarkenkommunikation für Autohäuser sowie die Einkaufsgenossenschaft Automobile (EGA) auf. Seit 2014 bringt Betty van Loon ihre Erfahrung als Agenturpartner von S&S Internet Systeme ein. Gemeinsam entstanden die ELN-, IWAS- und MMC-Prospektwerbung, neue CI-Standards für Mehrmarken Center, das Corporate Design für „Ihr Wunschauto-Spezialist“ sowie das MehrmarkenMagazin, welches Sie in Händen halten. Betty van Loon betreut außerdem diverse freie und markengebundene Betriebe als „Hausagentur“ in allen Werbe- und Kommunikationsfragen.