

Fanpage-Pflege via Content-Management-System

meinautohaus.de erweitert Portfolio um Pakete für professionellen Händlertreue auf Facebook

Karlsruhe, 29. November 2011. Laut aktueller Studien ist Facebook eines der am stärksten genutzten Social-Media-Werkzeuge. Damit Händler dieses Potenzial voll ausschöpfen können, hat meinautohaus.de, ein Service der webauto.de GmbH, sein Portfolio um zwei Facebook-Leistungspakete erweitert. Eine Besonderheit des Profi-Pakets: Nach der Einrichtung der Facebook-Fanpage können die Inhalte einfach per Content-Management-System gepflegt werden. Damit wird die parallele Pflege von Website und Facebook über mehrere Kanäle obsolet.

Der Einstieg in das neue meinautohaus.de-Angebot ist die „Facebook-Fanpage Standard“. Hierbei übernimmt das Karlsruher Unternehmen die Einrichtung der Händler-Fanpage, die Erstellung eines Profilbanners sowie Befüllung des Info-Reiters. Ebenso wird ab 25 Fans eine eigene Vanity-URL, also die eigene Facebook-Adresse, eingerichtet. Damit die Facebook-Fanpage auch als Vertriebsmittel eingesetzt werden kann, bindet meinautohaus.de die Fahrzeugangebote des Händlers inklusive einer Suchmaske, einer Listen- und einer Detailansicht als eigenen Menü-Punkt auf der Facebook-Fanpage ein. Dadurch werden die Fahrzeuge auch auf webauto.de, automotor-und-sport.de und in bis zu 60 weiteren Plattformen gefunden. Im regelmäßigen Turnus werden anschließend die Fahrzeuge zur Einbindung importiert, 20 Fahrzeuge erscheinen zusätzlich in der Zeitung automarkt.

„Facebook-Fanpage Profi“: Verwaltung über CMS

Wer die Leistungen des Standard-Pakets noch zielgerichteter nutzen und erweitern möchte, hat diese Möglichkeit mit dem Paket „Facebook-Fanpage Profi“ von meinautohaus.de. Hierin ist ein eigenes Content-Management-System enthalten, das die Steuerung der Inhalte innerhalb der Fanpage-Tabs erleichtert. Darüber hinaus erstellt meinautohaus.de bis zu zehn Unterseiten für seine Profi-Paket-Kunden. Dies können zum Beispiel eine Willkommenseite, eine Seite für Neuwagenmodelle, ein Kontaktformular, eine Aktuelles- oder die gesetzliche geforderte Impressums-Seite sein.

Die einmaligen Kosten für die Einrichtung der „Facebook-Fanpage Standard“ belaufen sich auf 699 Euro. Für die anschließende Pflege und regelmäßige Importierung der Fahrzeugangebote entstehen monatliche Kosten in Höhe von 69 Euro.

Die Kosten für die Einrichtung der „Facebook-Fanpage Profi“ inklusive CMS-System und weiterer Unterseiten belaufen sich auf 1.399 Euro. Der Preis für die anschließende Pflege und regelmäßige Importierung der Fahrzeugangebote liegt ebenfalls bei 69 Euro monatlich. Verfügt ein Händler über mehr als einen Standort, wird die Facebook-Einbindung weiterer Niederlassungen für 899 Euro angeboten (alle Preisangaben zuzüglich Mehrwertsteuer).

Über meinautohaus.de

meinautohaus.de ist ein Service des Medien- und Softwareunternehmens webauto.de GmbH, die 1998 von Geschäftsführer Fred Benz in Karlsruhe gegründet wurde. meinautohaus.de unterstützt Autohändler, Autohäuser und Autohausgruppen bei der Steigerung des Bekanntheitsgrades ihres Unternehmens ebenso wie beim Verkauf ihrer

Fahrzeuge im Internet. Hierfür bietet meinautohaus.de jedem Teilnehmer unter anderem eine individuell gestaltete, Suchmaschinen optimierte Website, die über ein CMS einfach pflegbar ist. Mittels einer leicht zu bedienenden Fahrzeug erfassung können Händler ihre Angebote auf der Website erfassen und gleichzeitig auch auf zahlreichen Onlinebörsen einstellen lassen. Neben den Hauptseiten wird auch jedes einzelne Fahrzeug SEO-optimiert und wird damit ebenso in Suchmaschinen angezeigt. Darüber hinaus ist die Einbindung verschiedener Web 2.0-Funktionen möglich. Weitere Informationen: www.meinautohaus.de

Pressekontakt:

saalto Agentur und Redaktion GmbH

Konstanze Kulus

Spitalstraße 23a

76227 Karlsruhe

Telefon: 0721/151 88-31

E-Mail: konstanze@saalto.de

www.saalto.de