



# Marketing-Plan für eine Autowerkstatt

## Outpost Garage – Werkstattbetrieb für Personenwagen

### 1. Unternehmensprofil

**Name:** Outpost Garage

**Standort:** Wetzikon ZH, Schweiz

**Gründungsjahr:** 2017

**Leistungen:** Inspektionen, Reparaturen, Reifenservice, Klimageservice

**USP (Alleinstellungsmerkmal):** Persönlicher Service, schneller Rückruf, Ersatzwagen-Service, transparente Preise

### 2. Ziele

#### Kurzfristige Ziele (0–6 Monate):

- Sichtbarkeit in der Region erhöhen
- Neukundengewinnung (Ziel: +20 Neukunden pro Monat)
- Online-Bewertungen um +30 % steigern

#### Langfristige Ziele (6–24 Monate):

- Kundenbindung durch digitale Kundenkarte / Bonusprogramm
- Ausbau der Flottenkunden (B2B)
- Arbeitgebermarke stärken (Fachkräftemangel entgegenwirken)

### 3. Zielgruppe

#### Primär:

- Männer und Frauen, 30–65 Jahre
- Fahrzeughalter mit PW ab 3 Jahren
- Berufstätige, Pendler, Familien
- Wohnhaft im Umkreis von 20 km
- Wert legen auf Verlässlichkeit, fairen Preis und guten Service

#### Sekundär:

- Gewerbliche Kunden (kleine Flotten bis 10 Fahrzeuge)

### 4. Wettbewerbsanalyse

Wettbewerber	Stärken	Schwächen
Grosskette Auto AG	Preisaktionen, viele Filialen	Wenig persönlicher Service
Just Drive	Markenvertrauen	Höherer Stundensatz
Freie Werkstatt	Regional verankert	Wenig online Präsenz

Outpost Garage positioniert sich dazwischen: **Persönlich, modern, verlässlich.**



## 5. Marketing-Strategie (Kanäle & Maßnahmen)

### Online-Marketing

Kanal	Massnahmen	Zeitraumen	Tools/Partner
Website	SEO-optimiert, Mobilansicht, Online-Terminbuchung	sofort	<a href="https://www.wix.com">wix.com</a> Termin Modul
Google Business	Optimierung mit Fotos, Öffnungszeiten, Angebot, Rezensionen	sofort	Google My Business
Bewertungen	QR-Code an Tresen für Google Bewertungen + Follow-up-Mail	dauerhaft	Brevo, Google, CRM
Social Media	Facebook + Instagram: Vorher/ Nachher-Fotos, Tipps, Aktionen, Mitarbeiter	3x pro Woche	Canva, Meta Business Suite
Online Werbung	Google Ads (regional auf "Werkstatt Wetzikon", "Ölwechsel", etc.)	6 Monate testen	Google Ads
Newsletter	4x jährlich mit Saisonangeboten (Reifenwechsel, Ferien-Check etc.)	Ab Q3	Brevo

### Offline-Marketing

Massnahme	Beschreibung	Zeitraum
Flyer & Postwurfsendungen	Aktionen für Saisonangebote	2x pro Jahr
Werkstattschild / Banner	Modernes Design, sichtbar von der Strasse aus	sofort
Empfehlungs-Karte	Empfehl uns weiter und erhalte einen gratis Ölservice (Verlosung)	Q3
Sponsoring	Lokaler Sportverein oder Sportler	Ab Q4

### Kooperationen

- **Tankstellen:** Flyer auslegen oder Aktionsrabatt für Kunden
- **Autoverkauf ohne eigene Werkstatt:** Kooperation bei Gebrauchtwagenservice
- **Pflegedienste / Firmenflotten:** Wartungsverträge zu Sonderkonditionen



## 6. Content-Strategie

Format	Beispiel-Inhalte	Turnus
Social Media	Mitarbeiter des Monats, Kundenstory, Tipps und Tricks	3x pro Woche
Videos	Wissen teilen	1x pro Monat

## 7. Kundenbindung

- **Kundenkarte:** z. B. „6x Ölwechsel = 1x gratis“
- **Geburtsstagsmail** mit CHF 10.- Gutschein
- **Erinnerung** an den Service per SMS oder E-Mail
- **Kunden-Umfrage** nach Besuch mit Gutschein

## 8. Budgetplanung (Beispiel monatlich)

Bereich	Kosten (in CHF) pro Monat
Google Ads	300
Social Media Werbung	50
Newsletter	50
Sponsoring	100
Print	100
Arbeit Outpost	250
<b>Gesamt pro Monat</b>	<b>850</b>

## 9. Controlling & KPIs

Zielbereich	KPI	Tool
Sichtbarkeit	Google Ranking und Website Besuche	Google Analytics
Kundenanfragen	Anzahl Kontaktformulare & Anrufe	CRM und Telefontracking
Bewertungen	Reviews auf Google	Google Business
Social Media Engagement	Likes, Kommentare, Anfragen	Meta Insights
Umsatz	Monatlicher Vergleich	Buchhaltungs-Software



### 10. Zeitplan: Erste 6 Monate (Beispiel)

Monat	Fokus
1	Website-Update, Google Profil optimieren
2	Social Media starten, Bewertungsstrategie starten
3	Google Ads starten, Kundenflyer verteilen
4	Erste Kooperation mit Verkäufer
5	Newsletter versenden, Aktionen Flyer versenden
6	Umfrage starten