

## Foto's voor uw auto advertentie

Uit onderzoek blijkt dat auto-advertenties met goede foto's beter presteren. Goede foto's levert meer betrokkenheid op met de advertentie. En dit leidt tot meer e-mailtjes, belletjes en website bezoeken. Om sneller je auto te verkopen, is het belangrijk om goede foto's bij je advertentie toe te voegen.

Voordelen van goede foto's van uw auto:

- Mensen zijn visueel ingesteld. Foto's zijn makkelijker te onthouden.
- De autozoeker neemt ruim de tijd om online te oriënteren en auto's te bekijken. Foto's zorgen ervoor dat de autozoeker een beter beeld krijgt bij uw auto.
- Professionele uitstraling voor uw bedrijf. Dit vergroot het vertrouwen.
- Meer interactie met de advertentie en snellere autoverkoop

Maar hoe krijg je goede foto's voor uw auto advertentie?

### 1. Voorbereidingen voor goede auto foto's

Denk daarnaast ook aan de volgende zaken voor het maken van goede foto's:

- Achtergrond: zorg ervoor dat er geen afleiding is
- Lichtinval: natuurlijk licht en buiten
- Weer: fotografeer met je zon in de rug en niet bij extreem weer (b.v. regen of hitte)
- Camera: gebruik een camera met een goede lens

### 2. Begin bij het begin; opruimen en schoonmaken.

Zorg dat de auto schoon en opgeruimd is. Denk onder andere aan de automatten, dashboardkastje, hoedenplank en opbergbakjes. En uiteraard dat het exterieur en interieur goed en grondig schoongemaakt is.

### 3. Tips voor het maken van foto's van exterieur:

- Zorg dat de auto er volledig op staat
- Loop rondom de auto, en maak elke 2 stappen een nieuwe foto
- Fotografeer ook de mindere kanten, zoals schades, krassen etc.
- Fotografeer ook de velgen, lampen en onder de motorkap

### 4. Tips voor het maken van foto's van de binnenkant van de auto:

- Fotografeer het dashboard vanaf de achterbank
- Fotograaf de belangrijkste opties en accessoires. Het liefst ook werkend (wanneer mogelijk), dit vergroot het vertrouwen.
- Fotografeer de onderhoudsboekjes, sleutels en andere items die er worden bijgeleverd
- Fotografeer de kilometerstand, zodat deze te verifiëren is met de advertentie

## Hoe schrijf je een goede advertentietekst voor uw auto advertentie?

In het vorige blog heeft u gelezen dat auto advertenties met goede foto's ervoor zorgen dat u uw auto's sneller verkoopt. Mensen zijn nu eenmaal visueel ingesteld en goede foto's trekken (en behouden) de aandacht.

Naast goede foto's, maakt een goede advertentietekst de auto advertentie af. Bij interesse in een auto, nemen mensen de tijd om de auto advertentie goed door te lezen. Hoe zorg je ervoor dat je mensen overtuigd om contact op te nemen? In dit blog helpen we je om mensen te overtuigen.

### 1. Voorbereidingen voor goede advertentietekst

Allereerst, vraag jezelf af voor wie u de advertentietekst schrijft.

- Wie is uw doelgroep?
- Wat wil uw doelgroep graag weten?
- En welke informatie heeft de doelgroep nodig om een beslissing te nemen?

Vaak wordt in een advertentietekst nogmaals de specificaties van de auto benoemd. Dit is een beetje overbodig. Voordat we u verder helpen met uw doelgroep, eerst even wat algemene tips:

- Denk aan grammatica en spelling
- Voorkom een overvloed aan hoofdletters, uitroeptekens etc. Dit zorgt wel voor aandacht, maar wekt ook irritatie op. En vermindert het vertrouwen
- Denk aan interpunctie
- Denk aan voldoende witruimte. Ander onderwerp? Dan liever in een volgend alinea. Dit vergroot de leesbaarheid
- Qua aantal woorden is 200 a 250 woorden meer dan voldoende.
- Wees eerlijk over de auto. Benoem de eventuele. Dit vergroot het vertrouwen.

### 2. De advertentietitel. Gebruik hier een paar pointers:

- Combinatie van Merk - Model - Uitvoering - Motorinhoud - Uitvoering - Kleur
- Zet er eventueel 1 unieke optie / accessoire / eigenschap erin. Dit vergroot de zichtbaarheid

### 3. Contentstrategie voor de advertentietekst

Dit werkt met name goed wanneer u precies in kaart heeft wat uw doelgroep wil en nodig heeft. Bijvoorbeeld: wat kan ik met de opties / accessoires / voordelen van de auto doen? Probeer het zo visueel mogelijk te maken, zoals: "Met deze 400 liter bergruimte kunt u moeiteloos 3 grote koffers meenemen."

Hiervoor kunt u de Before-After-Bridge methode gebruiken. Dit is een simpele, krachtige, visuele methode om mensen mee te nemen in uw verhaal over de auto. We lichten het graag even toe:

- Before - trek de aandacht door de autozoeker te triggeren met een vraag of probleem die uw doelgroep heeft, zoals “Bent u op zoek naar een ruime station?” of “Zoekt u een ruime auto met veel bagageruimte?”
- After - benoem hier de situatie als het probleem is opgelost. En maak het visueel. Bijvoorbeeld: “Met deze ruime station kunt u gemakkelijk 5 sporttassen kwijt. Ideaal voor als u op een zaterdag meerijdt met een uitwedstrijd van uw zoon of dochter.”
- Bridge - benoem hier de situatie hoe u van de Before naar de Bridge komt. Bijvoorbeeld: “Wilt u zelf ervaren of deze station voldoende ruimte biedt? Ervaar ook de fijne wegligging van deze station. Kom een proefrit maken.”

#### **4. Vergeet jezelf niet te verkopen als autobedrijf.**

Waarom moeten mensen nu bij u een auto kopen. En niet bij de concurrent. U kunt bijvoorbeeld het vertrouwen in u als autobedrijf vergroten door:

- Uw gemiddelde cijfer qua klantbeoordelingen te delen
- Behaalde certificaten en erkend BOVAG lid te benoemen
- Aantal jaar dat u bestaat en aantal vestigingen

#### **5. Afsluiten met een “call to action”.**

En sluit altijd af met een ‘call to action’, oftewel een actiematige zin waarbij je de consument activeert om in actie te komen. Zoals “Maak een proefrit” of “Vul het contactformulier in”.

Wanneer uw advertenties goede foto’s en een sterke advertentietekst hebben is het van belang dat deze content op het juiste moment op het voor u juiste kanaal wordt gepresenteerd. Dit noemen we een contentplanning. In het volgende blog helpen we opweg om zelf een content planning op te stellen en zo optimaal resultaat uit uw advertenties te halen.

## Opstellen van een contentplanning voor automotive

In vorige blogs hebben we besproken hoe belangrijk goede foto's in auto advertenties zijn. Daarnaast zijn advertentieteksten bij auto advertenties belangrijk voor de verkoop van auto's online. Hiermee bereikt u dat de online autozoeker u meer en beter gaat opmerken en uiteraard dat u auto zoekers eerder overhaalt tot een conversie.

De kans is groot dat de autozoeker (voordat de proefrit plaatsvindt) uw website bezoekt, uw online reviews leest en een van uw Social Media kanalen bezoekt. Dan is het goed om de juiste content te presenteren op het juiste kanaal. Wil u daarnaast zoveel mogelijk halen uit uw acties? Dan is het goed om de acties in te plannen, met de juiste boodschap op het juiste kanaal.

### 1. Voorbereidingen voor goede automotive contentplanning

Denk daarnaast ook aan de volgende zaken voor het maken van een goede contentplanning:

- Varieer qua type boodschap, bijvoorbeeld:
  - Vergroot zichtbaarheid
  - Positioneer jezelf als expert
  - Focus op verkoop
- Speel in op thema's, zoals bijvoorbeeld Prinsjesdag (4% naar 8% bijtellingsregeling)
- Content is meer dan tekst. Denk aan goede afbeeldingen die de boodschap versterken en niet afleiden

### 2. Tips voor een automotive contentplanning

Het daadwerkelijk maken van een contentplanning is niet zo moeilijk. Over het algemeen is het een Excel sheet met datum, type kanaal, thema en type boodschap erin. Hiervan zijn legio voorbeelden online van beschikbaar (tip: Google "Excel sheet content template").

### 3. Tijd vrij maken voor content en ze consequent plaatsen

Het moeilijkste gedeelte is het daadwerkelijk tijd maken voor de posts en ze plaatsen. Allereerst, denk verder dan alleen posts plaatsen op Social Media kanalen. Denk bijvoorbeeld aan:

- Quiz
- Interview met een klant
- Video
- Foto
- Evenement
- Bijzondere auto in de werkplaats
- Jubileum werknemer
- Meestgestelde vragen
- Historie van het autobedrijf

#### 4. Vernieuw content voor je doelgroep.

Daarnaast is het belangrijk om bij een contentplanning rekening te houden met:

- Weet op welke content je doelgroep zit te wachten
- Maak content vanuit je gevoel. Publiceer geen content als je er als organisatie niet achter staat
- Stel een doel op wat je graag wil bereiken. Dit kan zijn:
  - We willen 1500 mensen bereiken
  - We willen dat mensen reageren op een vraag vanuit ons
  - We willen dat mensen hun wensen delen met ons, zodat wij hen beter begrijpen
  - We willen meer auto's verkopen
- Publiceer regelmatig nieuwe content
- Leer, optimaliseer en probeer opnieuw! Blijf continu op zoek om je doelgroep beter te leren kennen.