



Als OEM mit der Homepage für Ersatzteile auf Platz 1 bei Google

Fragen Sie sich nicht, wer eigentlich den After Sales Bereich Ihrer Homepage im Internet aufsucht?

Und welche Rolle die Homepage im Rahmen Ihrer Werbung für Ersatzteile spielen kann?

Ganz sicher ist das nicht der gleiche Kundenkreis, den Ihre Marketing-Abteilung für Endgeräte umwirbt. Das sollten Sie berücksichtigen.

Ihre Homepage: Hebel für Ihre Umsatz-Steigerung

Darum kann der elektronische "Prospekt" mit bunten Bildern und Aufzählungen all' der Vorteile Ihrer Ersatzteile auch keine Wirkung entfalten. Denn wie in früheren Prospekten heißt es da: wir haben, wir können, wir machen.

Doch wer interessiert sich für Sie?

Denn potenzielle Ersatzteil-Kunden haben schließlich ein klares Anliegen: sie suchen eine Quelle für eine anstehende Reparatur.

Genau dieses Anliegen zu befriedigen, steigert Ihren Umsatz. Dabei ist es gleichgültig, ob Sie Kunden direkt oder über eine Händler- und Niederlassungsorganisation bedienen.

Wenn Sie und Ihre Vertriebspartner denn überhaupt gefunden werden.



Wie wäre es, wenn Ihre Kunden einfach mehr Teile bei Ihnen kaufen wollen

[mit Workshop "Marketing" durchstarten](#)

Zielgruppe für die Homepage definieren

Wie häufig, glauben Sie, besuchen bereits bekannte Händler oder gar Ihre Niederlassungen Ihre Homepage?

Vermutlich selten bis nie.

Sofern sie nicht per Homepage zu Ihrem Ersatzteil-Shop gelangen. Für genau diese (bekannte) Kundengruppe eignen sich andere Werbemittel als Ihre Homepage deutlich besser. Diese Kunden sind durch

- [Mail](#), Extranet,
- vor den Webshop geschaltete Werbe-Seiten oder Banner-Werbung,
- [gedruckte Flyer](#) in Ersatzteil-Sendungen
- usw.

effektiver zu erreichen.

Wesentlich interessanter als Zielgruppe sind dagegen die Benutzer Ihrer Endgeräte. Denn die suchen nach Ersatzteilen.

Warum?

Sie wissen nicht, wie sie sie erhalten können. Damit treten dann auch freie Werkstätten in Ihren Wettbewerb.

Wonach sucht Ihre Zielgruppe?

Wonach würden Sie als Anwender im Internet suchen?

Etwa nach Ihrem neuesten Zubehör, das Sie gerade vermarkten wollen?

Nein, diese potenziellen Kunden suchen sehr konkret. Nur, wenn Sie genau



diese Suchbegriffe auf Ihrer Homepage verwenden, haben Sie überhaupt eine Chance, gefunden zu werden. Klassiker für die Ersatzteil-Suche sind

- der Name Ihrer Firma, natürlich auch mit etwaigen Abkürzungen,
- ehemalige Marken-Namen, zum Beispiel vor Ihren Firmen-Zukäufen,
- alle Bezeichnungen Ihrer Endprodukte,
- alle Typen-Namen Ihrer Endprodukte,
- relevante Warengruppen-Bezeichnungen, zum Beispiel "Ersatzteil", "Austauschteil", "Umbau", "Wartung", "Reparatur", ...),
- eventuell Artikelnummern und auch Ihre [Ersatzteil-Bezeichnungen](#),
- und schließlich Worte aus der Kauf-Abwicklung, etwa "Kauf", "Lieferung", "Händler", "günstig", "preiswert", "schnell".

Entscheidend ist, dass Sie die Sprache Ihrer Zielgruppe sprechen. Zumindest auf Ihrer Homepage. Denn dann erzeugen Sie [Markenloyalität](#).

Wenn der Wettbewerb in Ihrem After Sales Service bereits alternative Ersatzteil-Anbieter sind, sollten Sie sich an den Inhalten von deren Internet-Auftritt orientieren. Denn deren Ziel ist es, bei der Google-Suche ganz oben auf der ersten Seite zu stehen. Und sie wollen definitiv über Ihrer Homepage gefunden werden.

Aber genau an erster Stelle der Suchergebnisse zu stehen muss auch Ihr Ziel sein. Ob Sie dieses Ziel erreichen, können Sie mit Muster-Suchen einfach selbst herausfinden. Sie sollten dabei allerdings sicherstellen, dass Google nicht ein Ergebnis generiert, das aufgrund Ihrer Cookies Ihrem eigenen Wunschenken entspricht.



Beispiel: Was sucht Ihr Kunde konkret?

The screenshot shows a Bing search interface. The search bar contains the text "ammann spare parts arx16k". Below the search bar, there are tabs for "Web", "Bilder", "Videos", "Karten", "News", and "Erkunden". The "Web" tab is selected. Below the tabs, there are filters for "23.200 ERGEBNISSE", "Datum", "Sprache", and "Region". The search results are as follows:

- Ammann Group - Ersatzteile Ammann**
www.ammann.com.pl/de/kundendienst/kundendienst-maschinen/ersatzteile ▼
Ammann Kundendienst ... Setzen Sie sich einfach über die Adresse rechts mit der Abteilung Spare Part Services in ... ARX16K, ARX23K, ARX26K ...
- ERSATZTEILE | Ammann**
<https://www.ammann-group.com/de/service/plant-services/spare-parts> ▼
Ersatzteile von Ammann sorgen über die gesamte Lebensdauer für den besten Werterhalt Ihrer Anlage. ... Sie sparen Geld durch:
- ERSATZTEILE | Ammann**
<https://www.ammann-group.com/de/service/machines-service/spare-parts> ▼
Geld verdient man nur, wenn die Maschinen laufen. Darum macht Ammann alles Mögliche dafür, dass die Teile dort zur Verfügung stehen, wo sie gebraucht ...
- Ammann Group - Spare parts** Diese Seite übersetzen
www.ammann.com.pl/en/customer-service/machines/spare-parts ▼
Benefit from the explosion views in all of our Spare Parts ... safe and convenient use of your Ammann construction machine. Spare Part ... ARX16K , ARX23K ...
- 2012 AMMANN ARX12 Heavy equipment ...** Diese Seite übersetzen
<https://avspare.com/truck/ammann/arx12/162551> ▼
2012 AMMANN ARX12 ... Spare parts The names Cat, Caterpillar, John Deere, Komatsu, Volvo, Hitachi, Doosan, JCB, Hyundai or any other original equipment ...

Oben sehen Sie die Such-Ergebnisse bei einer typischen Suche nach Ersatzteilen, hier in Bing. Obwohl der Suchbegriff "spare parts" englisch ist, erscheint an Platz 1 eine deutschsprachige Seite. Offensichtlich ist diese Seite relevanter, als die "eigentliche" Homepage des OEM. Der erscheint nämlich erst an Platz 3 der Suchergebnisse. Das Beispiel oben zeigt ganz unten eine alternative Quelle für Ersatzteile dieses OEM an Platz 5. Immerhin hat es dieser Ersatzteil-



Anbieter durch optimale Gestaltung seiner Homepage bis unmittelbar hinter den OEM selbst geschafft.

Jetzt die gleiche Suche in google:

Google

ammann ersatzteile **deutschland**
ammann **rüttelplatte entlüften**
ammann **ersatzteilkatalog**
ammann **avp 1850 ersatzteile**

[Weitere Informationen](#)

Meintest du: [ammann ersatzteile arx 16 k](#)

ERSATZTEILE | Ammann
<https://www.ammann-group.com/de/service/plant-services/spare-parts> ▾
Ersatzteile von Ammann sorgen über die gesamte Lebensdauer für den besten Werterhalt Ihrer Anlage. Die Teile werden eigens für Beständigkeit gefertigt und ...

Ersatzteile für Ammann - baumaschinenteile24 - Original- und Alterna
www.baumaschinenteile24.de/shop/Ammann_4 ▾
Wir liefern Original und Alternativ Ersatzteile für Ammann. Dieser Bereich befindet sich noch im ...
ARX 16 (K) Motor Yanmar 3TNV76. • ARX 20 Motor Yanmar ...

Ammann Group - Ersatzteile Ammann
www.ammann.com.pl/de/kundendienst/kundendienst-maschinen/ersatzteile/ ▾
Unser weltweit ausgebautes Händlernetz beliefert Sie gerne mit Teilen für Maschinen von Ammann, Rammax, Stavostroj, Antec oder Duomat. (Hier klicken, um ...

sonstige Ersatzteile für AMMANN - Ersatzteile
ersatzteile.atlas-leipzig.de/angebote/ammann/sonstige-ersatzteile.html ▾
sonstige Ersatzteile. Ersatzteile. zur Auswahl AMMANN. Anfrage für Ersatzteile. sonstige Ersatzteile. Filter · O-Ringe, Dichtsätze · Bolzen, Buchsen, Schrauben, ...

Alle Kataloge und technischen Broschüren von Ammann - PDF ...
pdf.directindustry.de/pdf/ammann-41134.html ▾
Führen Sie eine Suche unter den Katalogen und technischen Broschüren dieser Firma Ammann durch.

Ersatzteile für Ammann Walzen / Kombiwalzen | Lectura Specs
<https://specs.lectura.de/de/walzen-kombiwalzen-ammann/spare-parts/.../982707> ▾
Tausende Ersatzteile für Ammann Walzen / Kombiwalzen weltweit verfügbar. Fragen Sie die Ersatzteile für Ihr/Ihre AV 110 X, AV 95 K, AV 130 X, ARX 40 K, AV ...

In dieser identischen Suche hat es die Homepage eines Piraten auf Platz 2 geschafft. Nur eine der beiden aktuellen Seiten des OEM zum Zeitpunkt der Suche (siehe Bing-Suche) sind weit oben zu finden. Dafür wimmelt es nur so an alternativen Lieferanten für Ersatzteile. Aber auch hier hat es die gleiche optimierte Seite wie in der Bing-Suche nach ganz vorne geschafft, lila hinterlegt.



Anders als bei Bing wird nicht der Gerätetyp angezeigt, sondern einige der älteren Marken-Namen.

Abschließend noch zu den gesuchten Inhalten: in einem internationalen Markt dürfen die Übersetzungen in die Sprachen potenziell "Ihrer" Kunden natürlich nicht fehlen.

Ergibt dies einen "spannenden" Inhalt?

Eher nicht

Selbst mit ansprechender Gestaltung bleibt der ästhetische Effekt gering. Hier schlummern Konflikte mit "dem Marketing". Aber was hilft die schönste Homepage, wenn sie keinen Traffic von kaufwilligen Interessenten generiert? Dann doch lieber eine per SEO (Suchmaschinen-Optimierung) generierte hohe Anziehungskraft mit dem Ergebnis eines ersten Platzes auf der Google Ergebnis-Seite.

Kunde auf der Homepage: und jetzt?

Mit einer klaren Definition der Zielgruppe und deren Auslöser für die Suche ist der nächste Schritt einfach:

- die Weiterleitung zu Ihrem Webshop, sofern vorhanden,
- der **einfachst** gestaltete Einstieg in den Kaufprozess beim zugeordneten Händler oder einer Niederlassung.

Im Sinne des [AIDA-Prozesses](#) handelt es sich um Ihren Call-to-Action. Insbesondere der zweite Punkt verleitet potenzielle Käufer zum Absprung, wenn nicht komfortabel gestaltet. Datenanalyse-Techniken zu Absprung-Quoten haben hier ganz neue Geschäftsfelder eröffnet. Heute gibt es nicht wenige Firmen, die sich ausschließlich der Verbesserung des Kaufverhaltens widmen. Schon das zeigt, wie viel Marktpotenzial selbst im Ersatzteilgeschäft ist. Oder besser: schlummert.

Als Ergebnis müssen Sie die Hürde für Interessenten noch im Vorfeld eines Kaufs auch bei Ersatzteilen so klein wie möglich halten.



Digitalisierungs-Strategie: Ihre Homepage muss Bestandteil sein

Spätestens jetzt sollte klar sein: Ihre Homepage sollte wesentlich mehr sein, als nur Ihr Prospekt "auf elektronisch". Mit "wir bieten hochwertige Original-Ersatzteile an" können Sie niemanden überzeugen. Erst Recht animieren Sie so keinen Kunden zum Kauf.

Doch das muss der eigentliche Aufhänger sein. Ihr elektronisches Schaufenster muss Ihre zeitlich begrenzten Verkaufsaktionen unterstützen. Ebenso, wie Ihre [Service-Techniker](#) im Rahmen der Verkaufsförderung immer auf spezifische Landing-Pages verweisen können müssen. Darum darf die professionell ausgerichtete Homepage nicht in Ihrer [Digitalisierungsstrategie](#) fehlen.

Ersatzteil-Umsatz steigern mit den 4 P des Marketings

Klassisch verkauft das Ersatzteilwesen Ersatzteile zum Ersatz von defekten Teilen. Damit stände in der einfachsten Form der Absatz fest. Mit den Methoden des Parts Marketing lässt sich jedoch mehr daraus machen.

So geht es darum, wie Sie

- durch gezieltes [Produktmanagement](#) Warengruppen verkaufsfähig machen
- [Distributionskanäle](#) verschlanken, um Kosten (für Kunden) zu reduzieren
- mit der [Preisgestaltung](#) Margen hochhalten, und wo erforderlich doch wettbewerbsfähig anbieten
- durch [Nutzung moderner Medien](#) Kundennutzen generieren





Sie wollen Umsatz steigern, indem potenzielle **Kunden Ihre Ersatzteile** per Homepage finden?

Warum nehmen Sie nicht einfach unverbindlich und kostenlos **Kontakt** zu mir auf?

Denn als erfahrener [Marketing-Berater für den Maschinenbau](#) kann ich Sie bei der Einführung von Werbe-Prozessen und deren Optimierung unterstützen.



Diplom-Ingenieur

Andreas E. Noll

Am Hang 12
61476 Kronberg

*"Nutze Deine Zeit, sie kommt nie wieder"-
Ivan Blatter*



Andreas.Noll@no-stop.de



[+49 160 581 97 13](tel:+491605819713)
