



AJMB Media

CASE STUDY

438.000 AUFRUFE IN 6 MONATEN

WER BIN ICH?

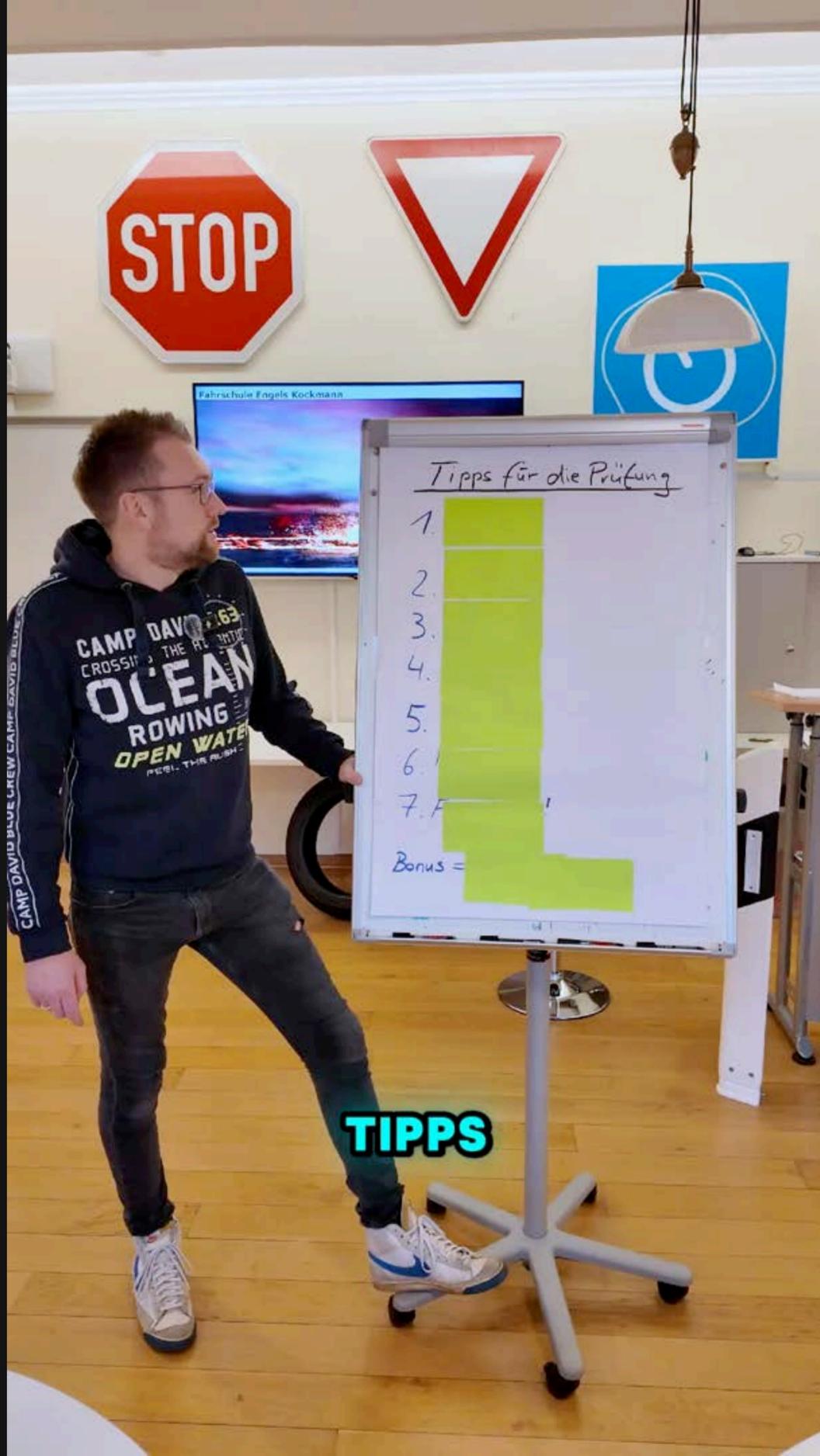
- ▶ Arne-Joan Welling
- ▶ Neben der Schule selbstständig gemacht im Bereiche Social Media und Onlinepräsenzen
- ▶ Studiere nun „Gründung, Innovation, Führung“ an der Hochschule Bremerhaven
- ▶ Social Media mit Mehrwert
 - ▶ Wer Mehrwert gibt - der bekommt immer etwas zurück



**JEDER HAT EINE ONLINEPRÄSENZ – DIE
FRAGE IST NUR, OB DU DICH UM SIE
KÜMMERST**

AJMB Media





**WIE KÖNNEN VIDEOS EINER
FAHRSCHULE HELFEN?**



WIE KÖNNEN VIDEOS EINER FAHRSCHULE HELFEN?

- ▶ Sichtbarkeit
- ▶ Mitarbeitergewinnung
- ▶ Kundengewinnung
- ▶ Beim lokalen Konkurrenzkampf
- ▶ Vertrauen
- ▶ Bessere Betreuung der Fahrschüler / Kundenbindung
- ▶ Stärkung der Arbeitgebermarke - Es ist schwierig neue Fahrlehrer zu finden



ERGEBNISSE



274.800
AUFRUFE

IN 96 TAGEN

- freiwillig
- ob 3 Min.
Parken - Fr. wird verlesen
- freiwillig
Warten - Verkehrsbedingt
- unfreiwillig
Liegen
bleiben - Defekt
- unfreiwillig





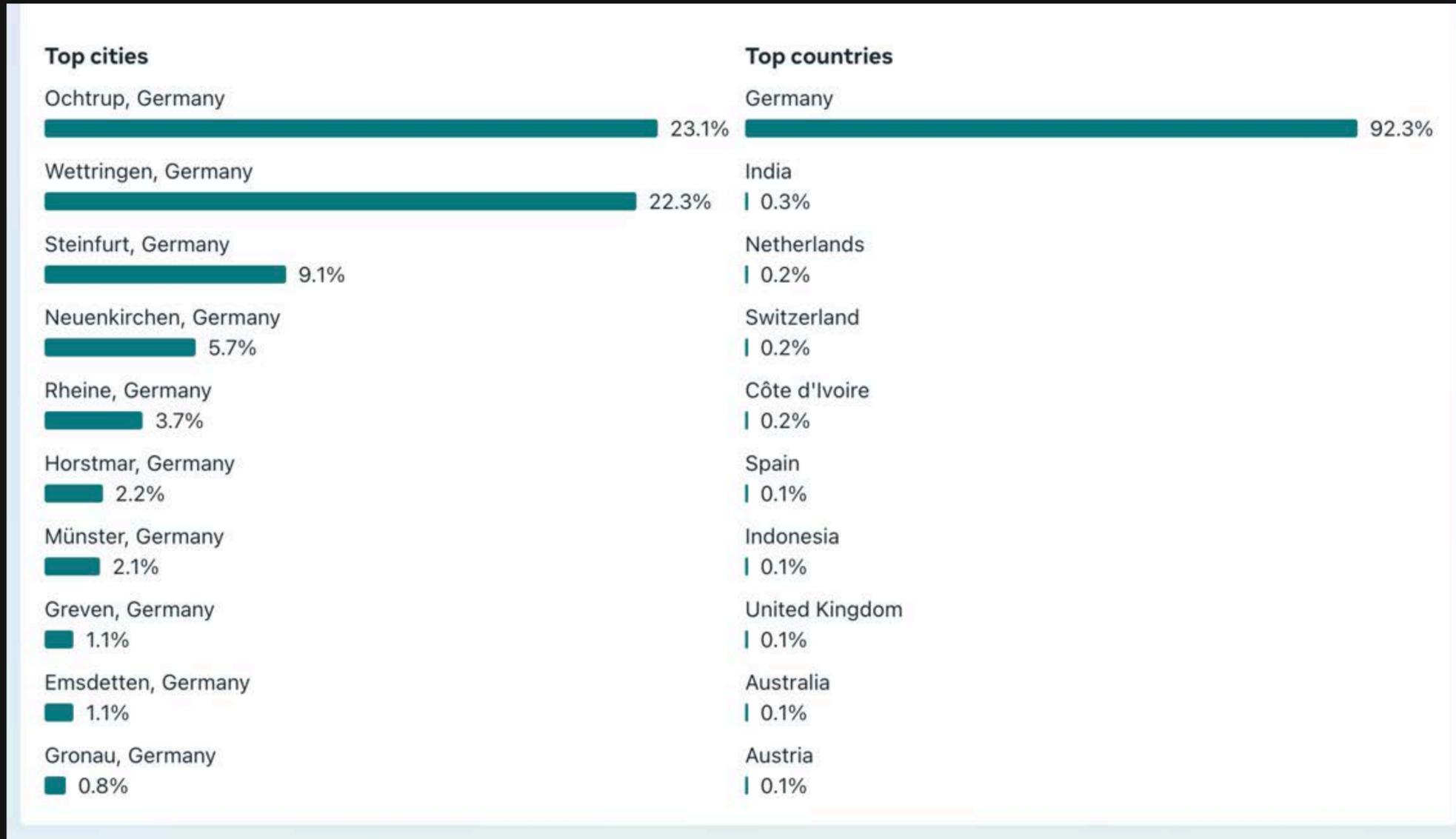
3-MAL DAS WEMBLEY STADION



ECHTE EFFEKTE

- ▶ Fahrschüler haben **theoretisches Wissen** aus den Videos **in den Fahrstunden** gezeigt
- ▶ **Eltern** haben sich bei den Geschäftsführern **gemeldet** und berichtet, dass die Videos ihren **Kindern helfen** und die Angst nehmen
- ▶ **Fahrlehrer** integrieren die **Videos** in den **Arbeitsalltag** und sind so effizienter
 - ▶ **Vor der Fahrstunde** Video mit den kommenden Inhalten schicken





LOKALE WIRKUNG (INSTAGRAM)

**WENN FAHRSCHÜLER IN DER UMGEBUNG NACH
EINER FAHRSCHULE GEFRAGT WERDEN, SOLLEN
SIE AN ENGELS KOCKMANN DENKEN**

AJMB Media



STRATEGIE





3 PLATTFORMEN



WARUM 3 PLATTFORMEN?

- ▶ **Facebook:** Ältere Zielgruppe - Eltern der Fahrschüler (Kaufkraft)
- ▶ **Instagram:** Junge/mittlere Zielgruppe - Fahrschüler (Entscheiden sich meist für eine Fahrschule)
 - ▶ Lokale Wirkung - Wir erreichen nicht irgendwen, sondern potentielle Kunden
- ▶ **TikTok:** Reichweite und qualitative Aufzuzahlen
 - ▶ Positionierung als Experten in der Nische

„CROSSPOSTEN“

- ▶ Spiegeln aller Plattformen
 - ▶ Ein Video wird auf 3 Plattformen verteilt und erreicht unterschiedliche Personengruppen
- ▶ Omnipräsenz auf Plattformen
- ▶ Sichtbarkeit wird bei gleichem Aufwand erheblich gesteigert
- ▶ Mehr Daten zur Optimierung der Strategie und Geschäftsausrichtung



WIE ARBEITEN WIR MIT DER FAHRSCHULE?

ZUSAMMENARBEIT



ZEITAUFWAND



ZEITAUFWAND

- ▶ Unser Ansatz: Autonomes Arbeiten und Minimierung des Zeitaufwandes für den Kunden
- ▶ Diese Videos und das Bauen der Onlinepräsenz ist nicht dringend, aber extrem wichtig
- ▶ Arbeit in „Bulk“
- ▶ Einmal im Monat werden Drehtermine gelegt, an denen für die gesamte Zeit vorproduziert wird
 - ▶ Hohe Effizienz



FÜR DIE FAHRSCHULE SIND ES CA. **3-4H**
IM MONAT AUFWAND – UM DEN REST
KÜMMERN WIR UNS.

AJMB Media

