AUTOHAUS E-MARKETING DAY 2017

Bleiben Sie zukunftsfähig!

Die Digitalisierung krempelt die Branche um. Einen Überblick über die wichtigsten Marketing-Handlungsfelder im Autohaus bietet der 4. AUTOHAUS E-Marketing Day am 9. Mai in Mainz und gibt dafür aktuelle Top-Impulse.

Wer sich heute nicht um den strukturierten und konsequenten Aufbau digitaler Prozesse und Geschäftsmodelle kümmert, gefährdet die Zukunftsfähigkeit seines Betriebs. Die Digitalisierung ist kein kurzlebiges Modephänomen, sie ist ein grundlegender Wandel, der unsere ganze Gesellschaft durchdringt und damit eben auch den Handel mit und den Service für Automobile. Beim 4. AUTOHAUS E-Marketing Day am 9. Mai in Mainz zeigen namhafte Branchenexperten, wie man den Kunden heute digital erreicht, anspricht und „abholt", um ihn so ins Autohaus zu holen und zu einem loyalen Kunden zu machen. Die Moderation des von 8.30 bis 17.30 Uhr dauernden Kongresstages liegt wieder in den bewährten Händen von Stefan J. Gaul (Partner, effisma.group) und Chefredakteur Ralph M. Meunzel. Neben Keynote und Experten-Vorträgen runden Themen-Interviews das Tagesprogramm ab.

1 **Axel Dietrich, Director Sales und Mitglied der Geschäftsleitung, Bonago**
2 **Michael Hartwig, Managing Partner, Yext**
3 **Hans-Jörg Herten, Geschäftsführer Autohaus Herten**
4 **Morten Knudsen, Digital Manager, Ejner Hessel A/S**
5 **Matthias Lange, Executive Manager, Axregio3 GmbH**
6 **Mark Michl, Gründer von Caroobi GmbH**
7 **Thomas Müller, Leiter Digitales Marketing Deutschland, Audi AG**
8 **Dr. Jörg von Steinaecker, Inhaber Steinaecker Consulting**
9 **Dr. Steven Zielke, mobilApp/Kroschke**

Digitale Aktionsfelder

Michael Hartwig (Managing Partner, Yext) setzt mit seiner **Keynote „Onlinesuche im fundamentalen Umbruch – Standortdaten sind das neue Gold"** den Auftakt zu den Expertenvorträgen mit diesen Themen:

- **Digitaler Vorsprung: Mit Daten auf der Überholspur in Richtung digitales Autohaus:** Thomas Müller, Leiter Digitales Marketing Deutschland, Audi AG, thematisiert die datenbasierte Steuerung des Autohauses und den Aufbau einer Online-Marke.
- **Mit regionaler Onlinewerbung neue Kundenpotenziale eröffnen:** Matthias Lange, Executive Manager Axregio3 GmbH, führt aus, wie man sein Autohaus regional und online als Marke profiliert, und zeigt am Beispiel eines Selbstbu-

Foto oben: macgyverhh, Adobestock.com

chungsportals die unkomplizierte Umsetzung von regionaler Onlinewerbung.

- **Social Media aus der Sicht eines Händlers:** Hans-Jörg Herten (Geschäftsführer Autohaus Herten) erläutert, wie der Facebook-Auftritt den Verkauf von Neu- und Gebrauchtwagen sowie Serviceleistungen und Teilen unterstützt, wie er zur Startrampe für die Mitarbeitersuche werden kann und wie es sich bezahlbar und erfolgreich mit einer externen Kommunikationsagentur zusammenarbeiten lässt.
- **Digitale Communities und Ökosysteme: Was kann der Autohandel von den Erfolgsrezepten der Digitalisierer lernen?** Jörg von Steinaecker (Inhaber Steinaecker consulting) verdeutlicht die Funktionsprinzipien digitaler Communities und entwirft Zukunftsszenarien für den Automobilhandel.
- **Die digitale Revolution im Autohaus. Wie modernste App-Technologie Einzug in eine traditionelle Branche hält.** Steven Zielke (mobilApp/Kroschke) zeigt, wie mit modernen Apps die Qualität der Kommunikation mit dem Autohaus-Kunden auf ein ganz neues Niveau gehoben werden kann und wie Kundenbindung durch Individualität und Persönlichkeit gelingt.
- **Testfahrt-App: Service 2017:** Morten Knudsen (Digital Manager, Ejner Hessel A/S) referiert über die „Kundenreise durch die Testfahrt-App", über den „Verkäufer, ein digitales Werkzeug" und die „Digitale Testfahrt – ein Geschäftsüberblick".
- **Käuferbindung in schwierigen Zeiten: Wie Sie effizient Kunden ans Autohaus binden.** Axel Dietrich (Director Sales und Mitglied der Geschäftsleitung Bonago Incentive Marketing Group) erläutert, wie im digitalen Zeitalter umzugehen ist mit Themen wie Preisnachlass, CRM, Mehrwertstrategie für Kunden und wie man Letztere zu Weiterempfehlern macht.
- **Deutschlands erste Online-Meisterwerkstatt.** Mark Michl (Gründer der Caroobi GmbH) erklärt, wie eine echte Online-Werkstatt funktioniert, welche Vorteile eine Online-Autowerkstatt für den Endverbraucher hat und wie traditionelle Werkstätten von Caroobi profitieren können.

Der 4. AUTOHAUS E-Marketing Day in Mainz *(Kern-Informationen siehe unten im Kasten)* hat wieder viele Ideen und Impulse für eine erfolgreiche E-Marketing-Strategie im Autohaus parat: Kommen Sie am 9. Mai nach Mainz und bleiben Sie zukunftsfähig! *ra* ■

E-MARKETING DAY 2017

Termin: 9. Mai 2017

Ort: Atrium Hotel Mainz, 55126 Mainz, Flugplatzstr. 44

Info + Anmeldung: autohaus.de/emarketingday2017, Tel. +49 89 20 30 43-12 88, danuta.stefaniak@springer.com

Mit freundlicher Unterstützung von

BDA Banken der Automobilwirtschaft · CarGurus · Kroschke · SEARCH OPTICS · T-Systems · TÜV NORD Mobilität