



3. AUTOHAUS E-MARKETING DAY 2016

NEUE DIGITALE WEGE IM AUTOHANDEL

11. Mai 2016, im Atrium Hotel in Mainz

Das Tempo der technologischen Entwicklung wird schneller. Um heutigen und zukünftigen Kunden im Autohaus das gewünschte Einkaufserlebnis bieten zu können, ist es wichtig, am Ball zu bleiben. Egal, in welcher Phase der Kaufentscheidung der Kunde sich gerade befindet, er muss online begleitet und mit Informationen versorgt werden.

Auf dem 3. AUTOHAUS E-Marketing Day zeigen Ihnen hochkarätige Branchenexperten neue digitale Wege der Kundenansprache, die Ihnen Wettbewerbsvorteile ermöglichen können. Holen Sie sich neue Ideen, lassen Sie sich von intelligenten Systemen unterstützen und bleiben Sie zukunftsfähig.

Mit freundlicher Unterstützung von:

REFERENTEN



Bernhard Czesla,
Direktor
Vertrieb & Marketing,
Toyota Kreditbank



Olaf Dicker,
Geschäftsführer,
Agentur 5W-50



Petra Hardeweg,
Inhaberin,
HANDSCHRIFT
potential consulting



Tom Kedor,
Director New Business,
mobile.de GmbH



Christian Koeper,
Geschäftsführer,
Fastlane Automotive
GmbH



Peter Lorenzen,
Branchenexperte für
Digitalstrategien

PROGRAMM

MITTWOCH,
11. MAI 2016
09:00 BIS 17:30 UHR
IN MAINZ

MODERATION UND FACHLICHE LEITUNG



Ralph M. Meunzel,
Chefredakteur
Fachmagazin
AUTOHAUS



Stefan J. Gaul,
Partner,
effisma.group

MEET & GREET, Begrüßung der Teilnehmer

Ralph M. Meunzel, AUTOHAUS, und Stefan J. Gaul, effisma.group

Keynote: Digitalisierung im (Automobil-)Handel – was kommt auf uns zu?

- Möglichkeiten des digitalen Automobilhandels in Deutschland
- Digitalisierung der Prozesse und Local Commerce
- Virtual Reality – ist die Zukunft virtuell oder real?

Oliver Prothmann, Bundesverband Onlinehandel e. V. (BVOH)

10 Erfolgsfaktoren für einen erfolgreichen Internetvertrieb

- Dem Kunden online anbieten, was er wünscht/sucht
- Optimierte Systeme, Prozesse und Ressourcen
- Digitale KPIs: Erfassen, verstehen, managen

Peter Lorenzen, Branchenexperte für Digitalstrategien

Keep car-buying simple – Einfachheit als Vertriebsmotor

- Jeder Zweite sitzt in einem Auto, das nicht zu seinem Leben passt
- Jeder Dritte würde sein Auto wechseln, wenn der Kauf einfacher wäre
- Wie wir alle dazu beitragen, den Autokauf so einfach wie möglich zu gestalten

Tom Kedor, mobile.de

E-Commerce mit Fahrzeugteilen: Vom Nischen- zum Milliardenmarkt

- Daten und Fakten: Erhellendes zu einem unbekanntem Marktsegment
- Trends im B2C und B2B: Schrauber und Werkstatt im Online-Fokus
- Lessons learned und Blick in die Zukunft: Alte Weisheiten und neue Möglichkeiten

Christian Koeper, Fastlane Automotive GmbH

Digital Manager im Autohaus – Must-have oder Modeerscheinung?

- Digitale Handlungsfelder im Autohaus der Zukunft
- Wie Mr. oder Mrs. Digital als digitaler Katalysator Veränderungen vorantreiben
- Wirtschaftlichkeit der Digitalisierung – im Sog der Kosten oder als Fundament für mehr Ertrag

Petra Hardeweg, HANDSCHRIFT potential consulting



Andreas Marx,
Direktor Marketing,
Adam Opel AG



Joachim Oppel,
Business Development,
meinautohaus.de



Oliver Prothmann,
Präsident, Bundes-
verband Onlinehandel
e. V. (BVOH)



Philipp Posselt,
Geschäftsführer,
VEACT GmbH



Michael Schmidt,
Gesamtvertriebsleiter,
Steingruppe

7 Autos in 7 Tagen – Erfolgsstrategien für Ihre Website

- Wie Sie mit Ihrer Website tatsächlich echte Anfragen und Verkäufe generieren
- Was Sie von den Top Ten der Autohaus-Websites lernen können
- Wie Sie kontinuierlich Ihr Google-Ranking verbessern

Joachim Oppel, meinautohaus.de, und Praxisreferent aus dem Handel

Eyetracking und Website Page Speed

- Usability, Geschwindigkeit und Bedienbarkeit auf Websites und Smartphones
- So generieren Sie mehr Anfragen durch relevante Inhalte
- First Screen – nutzerorientierte Gestaltung für mehr Aktivitäten auf Webseiten

Olaf Dicker, Agentur 5W-50

Retention-Marketing – bestehende Kunden enger ans Autohaus binden

- Erhöhung der Wertschöpfungskette
- Route to customer – wer hat hier eigentlich das Sagen?
- One-stop car shopping online

Bernhard Cziesla, Toyota Kreditbank

Daten-Tuning: Treibstoff für mehr Umsatz

- Kundenloyalität: Warum sind Autohaus-Daten mehr wert als meine Immobilie?
- Kundenvitalitätsanalyse: Welche Umsatzpotenziale lassen sich heben?
- Fallbeispiel: Wie messe ich das monetäre Ergebnis einer HU-Kampagne?

Philipp Posselt, VEACT GmbH

Business Development Center sichert den Verkaufserfolg

- Kundenzufriedenheit nachhaltig steigern
- Transparenz im Vertrieb schaffen
- Marketing effektiv über Lead-Management steuern

Michael Schmidt, Steingruppe

Opel OnStar – der Triple Win

- Mehrwert Kunde: Sicherheit und Komfort
- Mehrwert Händler: Steigerung der Kundenloyalität
- Mehrwert Hersteller: Markendifferenzierung und neue Geschäftsfelder

Andreas Marx, Adam Opel AG

CLOSING-PANEL-DISKUSSION

Im Rahmen von mehreren Diskussionsrunden mit den Referenten und weiteren Branchenexperten können Sie sich aktiv einbringen und erhalten Antworten auf Ihre Fragen.

ZIELGRUPPE

Geschäftsführer, Inhaber, Verkaufsleiter, Leiter Neuwagen, Leiter Gebrauchtwagen, Verkäufer im markengebundenen und freien Automobilhandel, Marketingverantwortliche sowie Händlerbetreuer, Hersteller, Importeure und Branchendienstleister.

INFORMATIONEN UND ANMELDUNG UNTER: **akademie@springer.com oder autohaus.de/emarketingday2016**

Anmeldung per Post an: Springer Fachmedien München GmbH,
AUTOHAUS akademie, Manuela Vogl, Aschauer Straße 30, 81549 München
oder per Fax: +49 89 203043-32030

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Manuela Vogl:
Telefon: +49 89 203043-1282, E-Mail: manuela.vogl@springer.com

Ja, wir nehmen am AUTOHAUS E-Marketing Day 2016 am 11. Mai 2016 in Mainz teil:

Teilnehmer

1. Teilnehmer(in) (Vor- und Zuname)

Funktion

2. Teilnehmer(in) (Vor- und Zuname)

Funktion

Die Teilnahmegebühr für Händler und Hersteller/Importeure beträgt brutto € 593,81 (netto € 499,- zzgl. € 94,81 MwSt.) inklusive Mittagessen, Tagungsgetränken, Kaffeepausen und Tagungsunterlagen.

Die Teilnahmegebühr für Teilnehmer anderer Unternehmen beträgt brutto € 712,81 (netto € 599,- zzgl. € 113,81 MwSt.).

Für AUTOHAUS-Abonnenten sowie Partner der Sponsoren reduziert sich die jeweilige Teilnahmegebühr um € 100,-.

Kunden-Nr. (bitte ggf. angeben)

Wenn Sie den Abonnentenpreis nutzen möchten, können Sie ein Abonnement unter www.autohaus.de/abo abschließen.

Termin und Ort

Dienstag, 11. Mai 2016
Der Kongress beginnt um 09:00 Uhr und endet gegen 17:30 Uhr.
Hotel Atrium Mainz, Flugplatzstraße 44, 55126 Mainz

Absender/Rechnungsanschrift

Firma

Straße

PLZ/Ort

Telefon/Fax

E-Mail

Bei gegebenem Anlass werden wir Ihre E-Mail-Adresse nutzen, um Sie über ähnliche Waren bzw. Dienstleistungen zu informieren. Sie können dieser Nutzung jederzeit durch eine E-Mail an akademie@springer.com oder ein Fax an +49 89 203043-32030 widersprechen, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

Die schriftliche Abmeldung bis 8 Tage vor Veranstaltungsbeginn ist kostenfrei. Ab 7 Tage vor Seminarbeginn wird eine Stornogebühr von 50% der Seminargebühr berechnet. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Seminargebühr. Eine kostenfreie Vertretung des angemeldeten Teilnehmers ist möglich. Es gelten die AGB der AUTOHAUS akademie.

Mit meiner Unterschrift akzeptiere ich die AGB, zu finden unter www.autohaus.de/akademie.

Datum/Unterschrift