



# Gewerbliche Kunden im Fokus

## Erfolgreich wachsen durch Small Commercials

### Ihre Top-Themen

- | Der Markt, das Potenzial, die Chancen!
- | Eine solide Basis schaffen – Personal und Rahmenbedingungen im Autohaus
- | Interne und externe Einflüsse und Erfolgsfaktoren managen
- | Unterschied End- und Gewerbekunde – so wählen Sie die richtigen Instrumente
- | Wachstum über kleinere und größere Fuhrparks

### Termine

Dienstag, 10. Juli 2012 in Hannover

Mittwoch, 11. Juli 2012 in Düsseldorf

Donnerstag, 12. Juli 2012 in Stuttgart

### Ihr Referent



#### Oliver Schuhe

Flottenspezialist, ECKERT GROUP GmbH:

*„In einem gesättigten Automarkt ist ein solides  
Wachstum nur mit gewerblichen Kunden möglich!“*

Mehr Erfolg durch gewerbliche Kunden  
und Small Commercials!



## Das Seminar

Die kleinen Gewerbetunden mit weniger als zehn Fahrzeugen, die sogenannten „Small Commercials“, sind eine wichtige Zielgruppe mit großem Potenzial für den Handel. Das Autohaus ist für den kleinen Gewerbetunden nicht nur der bevorzugte Informationsweg, sondern auch der Vertriebskanal Nummer 1.

Die Small Commercials versprechen mehr Umsatz, haben aber auch besondere Anforderungen. Um das vorhandene Potenzial wirklich ausschöpfen zu können, muss das Autohaus bestimmte Rahmenbedingungen schaffen und sich auf die Bedürfnisse dieser Zielgruppe einstellen.

Fleet-Business-Experte Oliver Schuhe zeigt Ihnen in diesem praxisorientierten Seminar auf, wie Sie erfolgreich die Weichen in Richtung Small Commercials stellen, welche Voraussetzungen notwendig sind und auf welche zielgruppenspezifischen Besonderheiten Sie achten müssen. Sie erhalten erprobte Anleitungen, realisierbare Maßnahmenpläne und zahlreiche Insider-Informationen zum Start, zur Umsetzung und nachhaltigen Begleitung dieses wichtigen Geschäftsmodells.

## Zielgruppe

Das Seminar wendet sich an Inhaber, Geschäftsführer, Verkaufsleiter und Verkäufer von freien und marken- gebundenen Autohäusern.

## Programmauszug

### STATUS-QUO-ANALYSE

- | Wie werden bereits vorhandene Potenziale genutzt?
- | Welche bestehenden und potenziellen gewerblichen Kunden sind vorhanden?
- | Welche regionalen Marktpotenziale gibt es?
- | Wie sind die Voraussetzungen für aktive Markt- und (Neu-)Kundenbearbeitung?

### RAHMENBEDINGUNGEN

#### Investitionen – ohne geht es nicht

- | Diese Investitionen für Personal und Ausstattung sind notwendig und sinnvoll

#### Auswahl der Player – wer kann das Geschäft managen?

- | Unterstützung und Zusammenarbeit mit Herstellern, Leasinggesellschaften, Banken etc.

#### Mitarbeiterqualifikation – Motor für den Erfolg

- | Die Bedeutung einer speziellen Ausbildung für Gewerbetundenbetreuer
- | Die richtige Organisation dieser Qualifikation

#### Prozessmanagement und IT – erforderliche Umrüstung

- | Ergänzung der Abläufe und Prozesse im Hinblick auf die Small Commercials
- | Erforderliche Anpassung im CRM-System

### ANFORDERUNGEN DER SMALL COMMERCIALS

#### Der Gewerbetunde – wer ist er, was will er, was erwartet er?

- | Spezielle Erwartungen an Produkt, Autohaus und Dienstleistungsangebot
- | Beratung auf Augenhöhe – diese Informationen sind für den Gewerbetunden wichtig

#### Die richtige Akquise-Strategie

- | Differenzierung nach Neu- und Bestandskunden
- | Die gezielte Ansprache: Mailing – Telefon – Außendienst
- | Methoden zur Adressgenerierung

#### Marketingmaßnahmen zur Bindung von Small Commercials

- | Das Kundengespräch: Produkt – Service – Dienstleistung
- | Professionelle Reaktion auf Einwände des Kunden

#### Paketlösungen – Potenzialausschöpfung durch Zusatzleistungen

- | So schnüren Sie die richtigen Pakete für Ihre Kunden

### EXPERTENGESPRÄCH

#### Full-Service-Leasing – die maßgeschneiderte Fuhrparklösung für Ihr Unternehmen

- | Interview mit Jörn Everhard, Direktor/Bereichsleiter Vertrieb Kfz, Santander Consumer Leasing

**AUTOHAUS**  
akademie ■■■

**Faxanmeldung + 49 89 203043-1293**

### Ja, wir melden folgenden Teilnehmer an (bitte ankreuzen):

- |                                     |                           |
|-------------------------------------|---------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hannover   | Dienstag, 10. Juli 2012   |
| <input type="checkbox"/> Düsseldorf | Mittwoch, 11. Juli 2012   |
| <input type="checkbox"/> Stuttgart  | Donnerstag, 12. Juli 2012 |

### Die Veranstaltungen beginnen um 10:00 Uhr und enden um ca. 17:00 Uhr.

Die Teilnahmegebühr beträgt 299,- Euro zzgl. MwSt. inkl. Teilnehmerunterlagen sowie Tagungsgetränken, Kaffeepausen und Mittagessen. Die Gebühr ermäßigt sich bereits ab dem 2. Teilnehmer desselben Unternehmens auf 269,- Euro zzgl. MwSt. AUTOHAUS-Abonnenten und Kunden der Santander Consumer Leasing erhalten ebenfalls den ermäßigten Preis.

### Sie können sich auch im Internet anmelden unter:

[www.autohaus.de/akademie](http://www.autohaus.de/akademie)

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](mailto:akademie@springer.com) oder ein Fax an +49 89 203043-1293 widersprechen, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

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

Firma .....

Straße/Nr. .....

PLZ/Ort .....

Telefon /Fax .....

E-Mail .....

Kundennr. (bitte ggfs. angeben) .....

Mit meiner Unterschrift akzeptiere ich die AGB, zu finden unter [www.autohaus.de/akademie](http://www.autohaus.de/akademie).

Datum .....



Unterschrift .....