



Flottenkunden im Fokus

Nachhaltig Erträge steigern

Ihre Tophemen

- | Standortbestimmung – Chancen und Risiken im Flottengeschäft
- | Rahmenbedingungen – Prozesse, Aufbau, Verantwortlichkeiten
- | Anforderungen und Erwartungen – Besonderheiten der Flottenkunden
- | Flottenrückläufer – Herausforderung der Vermarktung
- | Qualifikation – so bereiten Sie Ihre Mitarbeiter vor

Ihr Referent



„Mit einem professionellen Flottenkundengeschäft schaffen Sie sich zusätzliche Ertragskraft im Autohaus.“

Georg Simmet

Inhaber, Simmet Automobile Business Consulting

Termine/Orte

Dienstag, 16. April 2013 in Potsdam

Mittwoch, 17. April 2013 in Göttingen

Donnerstag, 18. April 2013 in Stuttgart

Erfahren Sie, wie Sie einen professionellen Umgang mit Flottenkunden gewährleisten und so nachhaltig Erträge generieren.

Wir machen Autos mobil.

 **Kroschke**
Signs & Services

AUTOHAUS
akademie III

Das Seminar

Ziel eines jeden Autohauses muss es sein, die erwarteten Zuwachsraten zu erfüllen. Mit dem Einzelkundengeschäft und den Kleingewerbetreibenden allein ist dies heute nicht mehr realisierbar – zu gering ist die Anzahl der Fahrzeuge, zu hoch sind die Nachlässe. Dies rückt die Flottenkunden in den Fokus, da diese eine größere Stückzahl an Fahrzeugen abnehmen.

Flottenkunden denken und planen anders als Einzelkunden oder Kleingewerbetreibende. Es ist daher wichtig, die Bedürfnisse der Flottenkunden zu kennen, genau zu erfüllen, Prozesse im Autohaus entsprechend anzupassen und Spezialisten zu haben, die die Programme der Hersteller kennen, anwenden und initiieren.

Mit dem Verkauf der Fahrzeuge allein ist es aber nicht getan. So sind Prozessanpassungen erforderlich, um die Risiken möglichst gering zu halten. Dafür brauchen Sie jedoch eine Strategie, denn die Fahrzeuge der Flottenkunden müssen meist nach wenigen Jahren wieder vermarktet werden.

In diesem Seminar erfahren Sie, wie Sie Ihre Mitarbeiter qualifizieren, Ihre Prozesse anpassen und worauf es im Flottengeschäft besonders ankommt.

Anhand von Best Practices zeigen wir Ihnen auf, wie Sie einen professionellen Umgang mit Flottenkunden gewährleisten und so nachhaltig Ihre Erträge steigern.

Programmauszug

Standortbestimmung

- | Die Bedeutung des Flottenkundengeschäfts im Autohaus der Zukunft
- | Chancen und Gefahren im Flottenkundengeschäft
- | Potenziale im regionalen Umfeld finden und erobern

Rahmenbedingungen

- | Welche Rahmenbedingungen sind bei Flottenkunden anders?
- | Wie sind die Prozesse mit Flottenkunden im Autohaus implementiert?
- | Auswahl geeigneter Potenzialträger, Verantwortlichkeiten und Kommunikation
- | Aufbau des Flottenkundengeschäfts im Autohaus
- | Anforderungen der Flottenkunden an das Autohaus
- | Der Flottenkunde – wer ist er, was erwartet er, wie ist er aufgestellt?
- | Vertragliche Grundlagen – Konditionsgestaltung – Restmargen
- | Zielgruppen im Gebiet

Erwartungen der Flottenkunden

- | Welche Dienstleistungen erwartet der Flottenkunde vom Autohaus?
- | Vorbereitung auf Erst- und Folgetermin – wie erhalten Sie die richtigen Informationen?
- | Mit wem haben Sie es beim Gespräch zu tun?

Vermarktung der Flottenrückläufer

- | Voraussetzungen, um die Fahrzeugen am Ende der Laufzeit vermarkten zu können
- | Welche Herausforderungen müssen dabei bewältigt werden?
- | Welche Vorteile können Sie daraus ziehen?
- | Wie setzen Sie das alles im Autohaus um?

Qualifizierung/Coaching und Einführung des Flottenkundengeschäfts

- | Wie bereiten Sie Ihre Mitarbeiter vor?
- | Wie gehen Sie mögliche Prozessveränderungen an?
- | Welche Hürden müssen Sie evtl. dabei nehmen?

KURZVORTRAG: Viel Lärm um nichts – Prozesse nach dem Fahrzeugverkauf

Andrea Hansen, Leitung Key Account Management, Christoph Kroschke GmbH

Ihr Referent

Georg Simmet ist Berater und Projektmanager für Fuhrparkmanager und Einkaufsverantwortliche mittlerer und großer Unternehmen. Er führt bei Automobilherstellern und Autohäusern professionelles Flottenkundenmanagement ein und begleitet diese als Coach und Berater individuell.

Zielgruppe

Das Seminar wendet sich an Inhaber, Geschäftsführer, Verkaufsleiter und Verkaufsberater von Autohäusern, die ihr Kundenportfolio erweitern, ausbauen und ihre Erträge nachhaltig sichern möchten.

AUTOHAUS
akademie

Faxanmeldung + 49 89 203043 - 1293

Ja, wir melden folgende Teilnehmer an (bitte ankreuzen):

- | | |
|------------------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> Potsdam | Dienstag, 16. April 2013 |
| <input type="checkbox"/> Göttingen | Mittwoch, 17. April 2013 |
| <input type="checkbox"/> Stuttgart | Donnerstag, 18. April 2013 |

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

Die Teilnahmegebühr beträgt brutto 379,61 Euro (netto 319,- Euro zzgl. 60,61 Euro MwSt.) und beinhaltet die Teilnehmerunterlagen sowie Tagungsgetränke, Kaffeepausen und Mittagessen. Die Gebühr ermäßigt sich bereits ab dem 2. Teilnehmer desselben Unternehmens auf brutto 343,91 Euro (netto 289,- Euro zzgl. 54,91 Euro MwSt.). **AUTOHAUS-Abonnenten und Kunden der Christoph Kroschke GmbH erhalten ebenfalls den ermäßigten Preis.**

Sie können sich auch im Internet anmelden unter:

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 oder ein Fax an +49 89 203043-1293 widersprechen, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

AUTOHAUS akademie | Aschauer Str. 30 | D-81549 München | Tel.: +49 89 203043-1262

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

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

Firma

Straße/Nr. PLZ/Ort

Telefon /Fax

E-Mail

Kundennummer (ggf. angeben)

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

Datum  Unterschrift