



4. AUTOHAUS E-MARKETING DAY 2017 NEUE DIGITALE WEGE IM AUTOHANDEL

9. Mai 2017, im Atrium Hotel in Mainz

Digitalisierung bedeutet den strukturierten und konsequenten Aufbau digitaler Geschäftsmodelle, um die Überlebensfähigkeit des Unternehmens zu sichern. Eine extrem strategische Aufgabe. Digitalisierung ist kein Phänomen, das irgendwann wieder vorüber ist, und sie ist vor allem nicht optional. Unternehmen sind gut beraten, die Digitalisierung ihres Geschäftsmodells so aktiv wie möglich zu gestalten und dem Wettbewerb immer einen Schritt voraus zu sein.

Auf dem 4. AUTOHAUS E-Marketing Day zeigen Ihnen namhafte und innovative Branchenexperten neue Wege, wie Sie digital Kunden ansprechen können. Holen Sie sich neue Ideen, lassen Sie sich von den intelligenten Systemen unterstützen und bleiben Sie zukunftsfähig.

Mit freundlicher Unterstützung von:

REFERENTEN



Axel Dietrich,
Director Sales
und Mitglied der
Geschäftsleitung,
Bonago



Michael Hartwig,
Managing Partner,
Yext



Hans-Jörg Herten,
Geschäftsführer,
Autohaus Herten



Morten Knudsen,
Digital Manager,
Ejner Hessel A/S

PROGRAMM

DIENSTAG,
9. MAI 2017
08:30 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 und Vorstellung der Sponsoren und Aussteller

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

Keynote: Onlinesuche im fundamentalen Umbruch – Standortdaten sind das neue Gold

- Komplexe Daten ermöglichen schnelle Antworten im Netz
- Eigene Datensätze und Onlinepräsenz geraten enorm unter Druck
- Technologie trifft Entscheidungen über Ihre Informationen im Netz, bevor Ihr Kunde sie sehen kann

Michael Hartwig, Managing Partner, Yext

Digitaler Vorsprung: Mit Daten auf der Überholspur in Richtung digitales Autohaus

- Datenbasierte Steuerung des (digitalen) Autohauses
- Aufbau der Onlinemarke – von Search über Social Media bis zum digitalen Autohaus
- Gezielte Kundenansprache mit intelligenten Werbemitteln

Thomas Müller, Leiter Digitales Marketing Deutschland, Audi AG

Mit regionaler Onlinewerbung neue Kundenpotenziale eröffnen

- Regional und online das Autohaus als eigene Marke (weiter) aufbauen und stärken
- Neue Zielgruppen online gezielt erreichen und Vorteile der regionalen (lokalen) Ansprache nutzen
- Einfache und unkomplizierte Umsetzung von regionaler Onlinewerbung am Beispiel eines Selbstbuchungsportales

Matthias Lange, Executive Manager, Axregio3 GmbH

Social Media aus der Sicht eines Händlers

- Effizient, erfolgreich und bezahlbar: Zusammenarbeit mit einer externen Kommunikationsagentur
- Wie der Facebook-Auftritt den Verkauf von Gebrauchtwagen, Ersatzteilen und Serviceleistungen unterstützt
- Facebook – der optimale Startplatz für eine moderne und kostengünstige Mitarbeitersuche

Hans-Jörg Herten, Geschäftsführer, Autohaus Herten



Matthias Lange,
Executive Manager,
Axregio3 GmbH



Mark Michl,
Gründer,
Caroobi



Thomas Müller,
Leiter
Digitales Marketing
Deutschland,
Audi AG



**Dr. Jörg von
Steinaecker,**
Inhaber,
Steinaecker consulting



Steven Zielke,
mobilApp/Kroschke

Digitale Communitys und Ökosysteme: Was kann der Autohandel von den Erfolgsrezepten der Digitalisierer lernen?

- So funktionieren digitale Communitys und Ökosysteme
- Praxisbeispiele aus Automobil- und anderen Branchen
- Zukunftsszenarien für den Automobilhandel

Jörg von Steinaecker, Inhaber, Steinaecker consulting

Die digitale Revolution im Autohaus: Wie modernste App-Technologie Einzug in eine traditionelle Branche hält

- Service digital
- Kommunikation für die Hosentasche
- Kundenbindung durch Individualität und Persönlichkeit

Steven Zielke, mobilApp/Kroschke

Testfahrt-App: Service 2017

- Die Kundenreise durch die Testfahrt-App
- Der Verkäufer – ein digitales Werkzeug
- Digitale Testfahrt – ein Geschäftsüberblick

Morten Knudsen, Digital Manager, Ejner Hessel A/S

Käuferbindung in schwierigen Zeiten: Wie Sie effizient Kunden ans Autohaus binden

- Kein Preisnachlass ohne Verpflichtung des Kunden
- Einfache und effiziente Wege zur regelmäßigen Kundenkommunikation und Steigerung des Servicegeschäfts
- Effektive Mehrwertstrategie für Kunden, und Kunden zu aktiven Empfehlungsgebern machen

Axel Dietrich, Director Sales und Mitglied der Geschäftsleitung,
Bonago Incentive Marketing Group GmbH

Deutschlands erste Online-Meisterwerkstatt

- Wieso braucht Deutschland eine echte Online-Autowerkstatt? Und wie funktioniert das?
- Welche Vorteile hat eine Online-Autowerkstatt für den Endverbraucher?
- Wie profitieren traditionelle Werkstätten von Caroobi?

Mark Michl, Gründer, Caroobi GmbH

Ca. 17:30 Uhr: Ende der Veranstaltung

INTERVIEWS

Analytics im Autohaus
Florian Giday, Bereichsleiter Business Solutions,
Christoph Kroschke GmbH

Neue Kunden für den Automobilhandel gewinnen
Diego Sanson, VP, Germany CarGurus

Hyperlocal Marketing – wo stehen wir?
Mark Vitorovic, VP, Search Optics

Flexibilität der Systemlandschaften – der Autohandel im Zeitalter der digitalen Transformation
Kenan Çarki, Program Manager Customer Experience Management, T-SYSTEMS INTERNATIONAL GMBH

ZIELGRUPPE

Geschäftsführer, Inhaber, Verkaufsleiter,
Leiter Neuwagen, Leiter Gebrauchtwagen,
Verkäufer im markengebundenen und freien
Automobilhandel, Marketingverantwortliche
sowie an Händlerbetreuer, Hersteller,
Importeure und Branchendienstleister im
GW-Handel

INFORMATIONEN UND ANMELDUNG UNTER: **akademie@springer.com oder autohaus.de/emarketingday2017**

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

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Danuta Stefaniak:
Telefon: +49 89 203043-1288, E-Mail: danuta.stefaniak@springer.com

Ja, wir nehmen am AUTOHAUS E-Marketing Day 2017 am 9. Mai 2017 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/Veranstaltungsort

Dienstag, 9. Mai 2017

Der Kongress beginnt um 08:30 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