

KONGRESS

9. AUTOHAUS E-MARKETING DAY 2022

DIGITALES MARKETING 2022: KOSTEN, KUNDEN, KANÄLE

2. und 3. Mai 2022 | Marriott Hotel Heidelberg

Wer bei Google „Auto-Abo“ sucht, erhält ca. 306 Millionen Treffer. Diese neue oder alte Möglichkeit, Autos länger zu mieten, funktioniert in der Regel online. Kunden und Anbieter sind also nahezu, auch bei der Langzeitmiete, ausschließlich im Internet unterwegs. Der Handel taucht bisher gar nicht auf. Wenn man „Gebrauchtwagen kaufen“ beim Online-Riesen eingibt, findet man auf der ersten Seite ebenfalls keinen Fachhändler, zumindest in Deutschland. Autohero, Cazoo und die bekannten GW-Plattformen dominieren die Angebote. Die Digitalisierung des Vertriebs ist Fakt und der Autohandel muss sich jetzt darum kümmern, um am Ende nicht als der große Verlierer dazustehen. Dabei spielt das digitale Marketing eine zentrale Rolle. Wir bringen Sie auf den neusten Stand.

Nutzen Sie diese Veranstaltung zum Austausch und Networking, und optimieren Sie Ihr digitales und analoges Zusammenspiel.

Information und Anmeldung unter: autohaus.de/emarketingday2022

Mit freundlicher Unterstützung von:

autobörse.de
powered by Santander

AUTOproff
RENTAL & LEASING

LeasingMarkt.de

VEACT
LEADS TO PROFIT.

ViveLaCar

PROGRAMM

MONTAG, 2. MAI 2022, 18:30 UHR

Beginn des Vorabendprogramms

Begrüßung der Teilnehmer

Ralph M. Meunzel, Chefredakteur AUTOHAUS

Gemeinsames Abendessen und Networking

DIENSTAG, 3. MAI 2022, 09:00 UHR BIS 16:45 UHR

08:30 Uhr // Besuch der Fachausstellung

09:00 Uhr // Kongresseröffnung, Begrüßung der Teilnehmer und Vorstellung der Sponsoren

Ralph M. Meunzel, Chefredakteur AUTOHAUS

09:10 Uhr // Content in den sozialen Medien:

Das will der Kunde im Internet sehen, lesen, fühlen

- Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, LinkedIn, XING, etc. – alles Social Media Plattformen für die man den richtigen Content braucht: Um seine Reichweite zu steigern, um Fans und Follower zu begeistern und aus ihnen potenzielle Kunden zu machen – letztlich aber, um Leads zu generieren, die in Sales münden.
- Auf welcher Plattform spielt man welchen Content aus? Welche Plattform schreit nach Entertainment – welche nach Informativem Content? Eine Content-Form über alle Plattformen zu streuen ist alles – nur nicht zielführend.
- Wir beleuchten die einzelnen Plattformen, wie sie funktionieren und wie Sie davon profitieren können.

Lena Heun, Head of Digital Marketing,
SNOOK digital Frankfurt GmbH

09:40 Uhr // So müssen Händler und Hersteller gemeinsam im Netz agieren

- Die größte digitale Mazda-Fahrzeugbörse in Deutschland – Wie positionieren sich Mazda und Händler im Wettbewerb?
- Was sind die Erfolgsfaktoren und welche Potenziale sehen wir für die Zukunft?
- Welche Bedeutung nehmen Daten im gemeinsamen Mazda Universum ein?

Bernhard Kaplan, Geschäftsführer und Georg Schulte, Senior Manager Digital Business, Mazda Motors (Deutschland) GmbH

TERMIN / ORT UND ZIELGRUPPE

Montag, 2. Mai und Dienstag, 3. Mai 2022. Der Kongress beginnt am 2. Mai um 18:30 Uhr und endet am 3. Mai gegen 16:45 Uhr.
Heidelberg Marriott Hotel, Vangerowstr. 16, 69115 Heidelberg
Tel. +49 6221 908650, E-Mail: reservation.heidelberg@marriott.com

Geschäftsführer, Inhaber, Verkaufsleiter, Marketingleiter, Serviceleiter, Leiter Neuwagen, Leiter Gebrauchtwagen, Verkäufer im markengebundenen und freien Automobilhandel, Marketingverantwortliche sowie an Händlerbetreuer, Hersteller, Importeure und Branchen-Dienstleister.

INTERVIEW

10:10 Uhr // Interview autobörse.de

powered by Santander

10:20 Uhr // Kaffeepause

10:40 Uhr // BEST PRACTICE Interview:

So hilft die Digitalisierung im Tagesgeschäft

Jürgen Wessel, Verkaufsleiter Neuwagen, Auto Epple GmbH

INTERVIEW

10:55 Uhr // Interview ViveLaCar

11:05 Uhr // Onlinemarketing für den Autohandel 2022: Strategie, Maßnahmen, Ziele.

- Strategie: Leads oder Branding?
Nein. Besser: Branding UND Leads.
- Auf welche Onlinemarketingkanäle und -plattformen setzt man 2022
- So ermittelt und verteilt man sein Online-Budget sinnvoll
Tim Klötzing, Inhaber, BREITENGRAT Klötzing & Noak OHG

11:35 Uhr // BEST-PRACTICE: Google Bewertungen – Der neue Gold-Standard für Autohäuser?

- Google-Bewertungen gewinnen immer mehr an Bedeutung, insbesondere bei den jüngeren Zielgruppen
- Schlechte Bewertungen bei Google werden sich mittelfristig negativ auf das Geschäft von Autohäusern auswirken
- In anderen Ländern setzen Autohäuser bereits Reputation Manager ein, um ein gutes Google-Rating zu gewährleisten
Christian Hackerott, Geschäftsführer, Autopark Hackerott

INTERVIEW

12:05 Uhr // Interview AUTOproff

12:15 Uhr // Mittagspause

INTERVIEW

13:15 Uhr // Interview VEACT

13:25 Uhr // Digitaler Direktvertrieb: Wie Polestar den Onlinekauf mit dem stationärem Handel verbindet

Michael Martensen, Head of Sales, Polestar Germany

13:45 Uhr // PODIUMSDISKUSSION zum Thema „Der Autohandel auf dem Weg zum E-Commerce“

- Wie sieht die Vermarktungsstrategie aus?
 - Mit welchen Kosten ist zu rechnen?
 - Welche Tools sind einsatzbereit?
 - Was sagen die Hersteller – Importeure dazu?
- Ralf Giuliani, Geschäftsführer, Motor Center Heinen GmbH,
Ralf Schütte, geschäftsführender Gesellschafter, trast digital GmbH,
Christian Hackerott, Geschäftsführer, Autopark Hackerott,
Frank Ulf Perez, Gesamtvertriebsleiter Neu- und Gebrauchtwagen, AutoWeller GmbH & Co. KG, Georg Schulte, Senior Manager Digital Business, Mazda Motors (Deutschland) GmbH

14:45 Uhr // Effektive Kundenansprache entlang des Sales Funnels mit Content Marketing

- Was können Autohäuser unabhängig von der Marke, an die sie gebunden sind, umsetzen?
- Wie lassen sich Kundenbedürfnisse erkennen und erfüllen?
- Einsatz von Content entlang des Sales Prozesses

Patrick Dörfler, Director Consulting, Echte Liebe

INTERVIEW

15:15 Uhr // Interview LeasingMarkt.de

15:25 Uhr // Kaffeepause

15:45 Uhr // Digital Retailing: Der Weg zum digital geprägten Autokauf

- Insights zum Neu- & Gebrauchtwagenkauf
- Verändertes Konsumentenverhalten durch die Pandemie
- Best Practices zu Digital Retailing & Handlungsempfehlungen für den Autohandel

Dr. Johannes Graßmann, Industry Head Automotive and Automotive Retail, Google Germany GmbH

16:15 Uhr // Die Rolle des Verkäufers im E-Commerce-Handel

- Die Anfrage ist generiert. Doch wie geht es nun weiter?
- Mit der richtigen Einstellung und Vorgehensweise vom Lead zum Auftrag.
- So gelingt die Entwicklung vom klassischen Ladenverkäufer zum Hybrid-Verkäufer.

Frank Fichert, sales quality

16:45 Uhr // Zusammenfassung und Verabschiedung

Ralph M. Meunzel

ZIMMERBUCHUNG / TEILNAHME

Zimmerbuchung im Veranstaltungshotel:

149,- Euro pro Einzelzimmer/Nacht inkl. Frühstück
Veranstaltungskontingent unter „E-Marketing Day!“

Die **Teilnahmegebühr** pro Person beträgt **für Händler und Hersteller/Importeure** brutto 712,81 Euro (netto 599,- Euro zzgl. 113,81 Euro MwSt.)* und **für andere Unternehmen** brutto 831,81 Euro (netto 699,- Euro zzgl. 132,81 Euro MwSt.)*

AUTOHAUS-Abonnenten sowie Kunden der Sponsoren erhalten 100,- Euro Rabatt auf den jeweils gültigen Nettopreis.

*inklusive Abendessen am 2. Mai 2022, Mittagessen am 3. Mai 2022, Tagungsgetränke, Kaffeepausen und Tagungsunterlagen, exkl. Übernachtung

KONTAKT

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Elisabeth Huber, Telefon: +49 89 203043-1268
E-Mail: elisabeth.huber@springernature.com oder
Danuta Stefaniak, Telefon: +49 89 203043-1288
E-Mail: danuta.stefaniak@springernature.com



Patrick Dörfler,
Director Consulting,
Echte Liebe



Frank Fichert,
sales quality



Dr. Johannes
Graßmann,
Industry Head Automotive
and Automotive Retail,
Google Germany GmbH



Ralf Giuliani,
Geschäftsführer, Motor
Center Heinen GmbH



Christian Hackerott,
Geschäftsführer,
Autopark Hackerott



Lena Heun,
Head of Digital
Marketing, SNOOK digital
Frankfurt GmbH



Bernhard Kaplan,
Geschäftsführer,
Mazda Motors
(Deutschland) GmbH



Tim Klötzing,
Inhaber, BREITENGRAT
Klötzing & Noak OHG



Michael Martensen,
Head of Sales, Polestar
Germany



Frank Ulf Perez,
Gesamtvertriebsleiter
Neu- und Gebrauchtwagen,
AutoWeller
GmbH & Co. KG



Ralf Schütte,
geschäftsführender
Gesellschafter,
trast digital GmbH



Georg Schulte,
Senior Manager Digital
Business, Mazda Motors
(Deutschland) GmbH



Jürgen Wessel,
Verkaufsleiter Neuwagen,
Auto Eppe GmbH



MODERATION:
Ralph M. Meunzel,
Chefredakteur, AUTOHAUS