

18. April 2024 | BOTANICAL, Eppstein

AUTOHAUS Digital Marketing Day 2024

Revolutioniere das Autohaus-Marketing

Diese Veranstaltung ist ein absolutes Muss für alle, die im Autohaus mit Marketing zu tun haben. Unsere Workshops und Deep Dives sind darauf ausgerichtet, praxisnahe Einblicke und Fähigkeiten zu vermitteln. Sie werden lernen, wie Sie effektives Performance Marketing betreiben, überzeugende Copy für Ihre Zielgruppe erstellen, ansprechenden Content kreieren und Ihr Branding stärken. Wir werden uns mit den Möglichkeiten von Künstlicher Intelligenz und Chatbots im Marketing beschäftigen. Plattformen wie LinkedIn und Instagram werden genauer unter die Lupe genommen, um zu verstehen, wie Sie diese erfolgreich für Ihr Autohaus nutzen können. Nicht zu vergessen sind die rechtlichen Aspekte, die im digitalen Marketing eine wichtige Rolle spielen, sowie bewährte Praktiken, die helfen, Ihre Marketingstrategien zu optimieren.



Scan mich!



DAS ERWARTET SIE:

- Branding-Strategien
- Frauenpower
- Rechtliches
- 5 Werbetext-Geheimnisse
- Social Media Performance
- Neue Technologien

© adobestock.com/WrightStudio

Sponsoren



AUF EINEN BLICK

Zeiten

- 11:00 Uhr Check-In
- 11:30 Uhr Begrüßung, Programm bis 18:00 Uhr
- anschließend Networking Dinner und Ausklang bis 24:00 Uhr

Veranstaltungsort

- BOTANICAL, Am Quarzitbruch 5, 65817 Eppstein

Übernachtung (exklusive)

- Zimmerbuchung mit dem Code: DMD 2024, H+Hotel, Wiesbaden Niedernhausen

Zielgruppe

Geschäftsführer, Inhaber, Marketingleiter, Marketingmanager, Online Marketing Manager im markengebundenen und freien Automobilhandel sowie Händlerbetreuer, Hersteller, Importeure und Branchen-Dienstleister

Teilnahmegebühr (pro Person)

Die Teilnahmegebühr pro Person beträgt:

- Vorzugspreis für Händler brutto 415,31 € (netto 349,- € zzgl. 66,31 € MwSt.)*
- für andere Unternehmen, brutto 653,31 € (netto 549,- € zzgl. 104,31 € MwSt.)*

* inklusive Business Lunch, Kaffeepause und Networking Dinner mit allen Getränken am 18.04.2024, zudem Tagungsunterlagen, exkl. Übernachtung.

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

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Elisabeth Huber

Telefon: +49 89 203043-1268

E-Mail: elisabeth.huber@tecvia.com

PROGRAMM

**DONNERSTAG, 18. April 2024,
ab 11:00 bis 18:00 Uhr
mit anschließendem Networking Dinner**

Begrüßung und Vorstellung der Agenda

Sascha Röwekamp, RWKMP® → Vertrieb der Zukunft

Autohaus-Marketing 2024:

5 Werbetext-Geheimnisse, um mehr Autos zu verkaufen und bessere Mitarbeiter zu gewinnen

- Wie Sie Verkaufspsychologie nutzen, um sich von Wettbewerbern abzuheben und regionale Anfragen zu gewinnen
- Wie Sie hyperrelevante E-Mails, Social Media Nachrichten & Werbematerialien erstellen und Firmen- sowie Privatkunden intelligent überzeugen
- Wie Sie Marketing-Mechanismen auf Ihr Recruiting übertragen können, um Mitarbeiter zu finden, die sich mit Ihrem Autohaus identifizieren und tief intrinsisch motiviert sind

Julius Kernitzer, Geschäftsführung, Julius Kernitzer GmbH

Besser aussehen als die Konkurrenz:

Branding-Strategien für digitale Sichtbarkeit 2024

- Wie Sie ein einheitliches Corporate Design (CI) entwickeln, um einen starken Wiedererkennungswert zu erlangen und sich von Wettbewerbern abzuheben
- Wie Sie Social Media in 2024 nutzen können, um mehr Aufmerksamkeit in der richtigen Zielgruppe zu erhalten
- 5 wichtige Elemente, die auf einer Autohaus-Website in 2024 nicht fehlen dürfen

Jasmin Huber, Geschäftsführerin & Branding-Expertin

MODERATION



Sascha
Röwekamp



Tessa
Cramer-Biermann



Sissi
Figura



Lena
Heun



Jasmin
Huber



Julius
Kernitzer

IHR MEHRWERT:

- Verkaufszahlen steigern
- Mehr Sichtbarkeit
- Wertvolle Informationen
- Kundengewinnung
- Erfolgsstrategien

BEST PRACTICE // Frauenpower auf vier Rädern:

Weil Autokauf auch Frauensache ist!

- Ein neues Kapitel: Wie Sissi und Tessa die Unternehmensnachfolge als Chance für Neuerung nutzen.
- Von Frauen für Frauen: Entwicklung eines einzigartigen Zielgruppenmarketings im Autohaus.
- Erfolgsgeheimnisse und Stolpersteine: Einblick in die ersten Schritte, Herausforderungen und Erfolge.

Sissi Figura und Tessa Cramer-Biermann, Ausbau und Sicherstellung der Unternehmensnachfolge, AutoHaus am Großmarkt GmbH

Die neue PKW – EnVKV

- Erleichterung oder neue Probleme in der digitalen Werbung?

Sascha Leyendecker, Rechtsanwalt/Partner, JuS Rechtsanwälte Schloms und Partner mbB

DEEP DIVE // Mit neuen Technologien das Autohausmarketing revolutionieren: Erfahren Sie direkt anwendbare Tipps & Tricks!

- Wie Sie Werbeanzeigen schon vor der Veröffentlichung testen können
- Wie Sie reale Bilder erstellen, die Sie direkt im Marketing nutzen können
- Wie Sie mit künstlicher Intelligenz ansprechendere Kampagnen durch die Nutzung von KI-Voice generieren!

Constantin Michel, Geschäftsführer, HAIAR GmbH

BEST PRACTICE // Revolution im Showroom:

Die Geheimwaffe erfolgreicher Autohäuser!

- Exklusiv: 10 Insider-Tipps, die Ihre Website in eine Abschlussmaschine verwandeln

Danny Moldenhauer, Automotive E-Commerce, digital35 GmbH, Automobilgruppe Siebrecht

LIVE WORKSHOP // Wie LinkedIn wirklich funktioniert. In 4 Schritten zu neuen Kunden und Mitarbeitern. Und das ganz OHNE Agentur und mit nur 15 Minuten täglichen Zeiteinsatz.

- Wie Sie LinkedIn richtig nutzen, um nicht nur ein Netzwerk aufzubauen, sondern neue Kunden und Mitarbeiter am Fließband gewinnen
- Wie Sie im Unternehmen ganz einfach wöchentliche Beitragsansichten von 50.000 Views und mehr erreichen
- Nie wieder ein Fragezeichen haben, worüber man schreiben sollte. Nach dem Workshop steht Ihre persönliche Content Strategie
- Inkl. Live Profil Check auf der Bühne

Sascha Röwekamp, RWKMP® → Vertrieb der Zukunft

DEEP DIVE // Erfolgsstrategien im Online Marketing für Autohäuser: Wie Sie mit Social Media Performance Marketing Ihre Verkaufszahlen steigern.

- Die Grundlagen beherrschen: Lassen Sie uns die Basics des Social Media Performance Marketings durchgehen!
- Werbekampagnen erstellen und optimieren: Schritt für Schritt zum Erfolg! Erfahren Sie, welche wirkungsvollen Anzeigenoptionen für verschiedene Plattformen bestehen.
- Messung und Analyse der Kampagnenleistung: Verstehen Sie die Bedeutung von Daten und wie Sie diese nutzen können, um Ihre Strategie zu verfeinern.

Lena Heun, Executive Director, Mitglied der Geschäftsleitung
Carolin Ruf, Digital Marketing Managerin, SNOOK Frankfurt GmbH



Sascha
Leyendecker



Constantin
Michel



Danny
Moldenhauer



Carolin
Ruf

REFERENTEN