

Ablauf Masterclasses und Produktdemonstrationen

Tag 1

14:30 – 15:30

16:15 – 17:15

Tag 2

11:30 – 12:30

14:15 – 15:15

Masterclass Tagung 3
(2. OG)

So steigern die ersten Händler unabhängig von externen Börsen ihre Leads – Die neuen Google Vehicle Ads

Agentur Kühnen

Produktdemo Tagung 3
(2. OG)

Wie man die Customer Experience im Aftersales mit Daten verbessert

Ag Analytics

Produktdemo Tagung 3
(2. OG)

Aftersales Online Akademie – Schneller fit im After Sales – Praxisnah, digital & jederzeit verfügbar!

Numero

Masterclass Tagung 3
(2. OG)

So steigern die ersten Händler unabhängig von externen Börsen ihre Leads – Die neuen Google Vehicle Ads

Agentur Kühnen

Masterclass Tagung 4
(2. OG)

Ungenutzte Potenziale im After Sales – Mehr Ertrag ohne Mehraufwand!

Numero

Masterclass Tagung 4
(2. OG)

WhatsApp und KI – Der Motor für Ihr Sales und After-Sales Geschäft

LDB Loeffler

Masterclass Tagung 4
(2. OG)

Voice AI: Vom Hype zum eigenen digitalen Mitarbeiter

Susi & James

Produktdemo Tagung 5
(2. OG)

Die Hosentasche als Erfolgsfaktor: Gelebte Praxis als Fundament der nachhaltigen Digitalisierung

SEG

Masterclass Tagung 5
(2. OG)

Der Dealmaker Effekt: wie Autohäuser online überzeugen - Mehr als ein Button: Digitale Tools für echten Verkaufserfolg

Pixelconcept

Masterclass Tagung 5
(2. OG)

Von manueller Arbeit zur smarten Effizienz: Wie der orderBot die Auftragsvorbereitung in VaudisX automatisiert

aubex

Masterclass Tagung 5
(2. OG)

Optimiertes Kampagnen-Tracking: Anrufe gezielt steuern – auch ohne KI

Prof4Net & C4B

Tag 2, 10:50 – 11:30

Masterclass Tagung 3
(2. OG)

LinkedIn im Autohaus (Tipps & Tricks)

Tim Klötzing

MASTERCLASSES UND PRODUKTDEMONSTRATIONEN

DER UNTERSCHIED

MASTERCLASSES

Unsere interaktiven Masterclasses mit Workshopcharakter bieten Ihnen die Möglichkeit, noch tiefer in ein Thema einzutauchen und dabei von Expertenwissen zu profitieren. Im Gegensatz zu den traditionellen Vorträgen beteiligen Sie sich mit Ihrem Input aktiv an den Diskussionen und Aktivitäten. Die Sessions dauern 45-60 Minuten und sind je nach Thema auf bis max. 30 Personen ausgelegt. Bitte melden Sie Ihre Teilnahme vorab an. Die Themen entnehmen Sie bitte dem Anmeldeformular und der Agenda.

PRODUKTDEMONSTRATIONEN

Classroom- und Produktsessions sind dazu da, um Produkte und Tools live zu präsentieren und deren Funktionsweise anschaulich zu demonstrieren. Die Sessions dauern 45-60 Minuten und sind je nach Thema auf bis max. 30 Personen ausgelegt. Bitte melden Sie Ihre Teilnahme vorab an. Die Themen entnehmen Sie bitte dem Anmeldeformular und der Agenda.



So steigern die ersten Händler unabhängig von externen Börsen ihre Leads – Die neuen Google Vehicle Ads

MASTERCLASS

THEMA & ZEIT

Pole-Position-Performance Marketing

- 09. April, 14:30 – 15:30 Uhr
- 10. April, 11:30 – 12:30 Uhr
- Raum: Tagungsraum 3, 2. OG

INHALT

- **Erstmalig:** Wir teilen exklusiv unsere Insights aus sechs Monaten Markteinführung in Deutschland.
- Erfahren Sie, wie Sie ohne fixe Inseratskosten die eigene Händler-Webseite zum starken Umsatzmotor machen.
- **Q&A:** So gelingt die Implementierung der Marktneuheit reibungslos (inkl. gefährlicher Stolperfallen, die Sie unbedingt vermeiden sollten).

REFERENT



Andreas Kühnen

Agentur Kühnen

Ungenutzte Potenziale im After Sales – Mehr Ertrag ohne Mehraufwand!

MASTERCLASS

THEMA & ZEIT

Aftersales

- 9. April, 14:30 – 15:30 Uhr
- Raum: Tagungsraum 4, 2. OG

INHALT

Im After Sales schlummern oft ungeahnte Potenziale, die ungenutzt bleiben – sowohl bei Verbrennern als auch bei Elektrofahrzeugen.

In dieser Masterclass zeigen wir, wie gezielte Zusatzverkäufe häufig übersehen werden, wie Serviceberater Rabatte gewähren (oft auch versteckte), welche Hebel Sie im Autohaus haben um dem entgegen zu wirken und wie sich der durchgesetzte Verrechnungssatz zweistellig steigern lässt.

- Die häufigsten ungenutzten Zusatzverkäufe und wie man sie systematisch hebt
- Versteckte Rabatte erkennen und reduzieren
- Erfolgsstrategien aus der Praxis: So steigern wir den erzielten Verrechnungssatz nachhaltig

Mit konkreten Beispielen aus dem Autohaus-Alltag zeigen wir, wie sich Umsatz und Ertrag steigern lassen – ohne mehr Fahrzeuge oder Kunden gewinnen zu müssen.

REFERENTEN



Rene Niemann
NUMBERO GmbH



Marko Trautmann
NUMBERO GmbH

Der Dealmaker Effekt: wie Autohäuser online überzeugen - Mehr als ein Button: Digitale Tools für echten Verkaufserfolg

MASTERCLASS

THEMA & ZEIT

Online Sales

- 9. April, 14:30 – 15:30 Uhr
- Raum: Tagungsraum 5, 2. OG

INHALT

Der Online-Verkauf von Fahrzeugen – besonders im Gebrauchtwagensegment – bringt viele Herausforderungen mit sich. In den letzten Jahren haben zahlreiche Ansätze nicht den gewünschten Erfolg gebracht. Doch woran liegt das? In dieser Masterclass analysieren wir die häufigsten Stolpersteine und zeigen, warum ein einfacher „Kaufen“-Button keine ausreichende Lösung ist. Stattdessen liegt der Schlüssel im Zusammenspiel aus bewährten Verkaufsstrukturen und intelligenten digitalen Werkzeugen. Wir beleuchten, wie Autohäuser ihre Verkäufer mit digitalen Lösungen unterstützen können, um Verkaufsprozesse zu optimieren und den Weg zu echten Online-Abschlüssen zu ebnen.

REFERENTEN



Nils Rollke

pixelconcept GmbH



Alexander Herwig

pixelconcept GmbH

Wie man die Customer Experience im Aftersales mit Daten verbessert

PRODUKTDEMO

THEMA & ZEIT

Customer Experience, Datenmanagement

- 9. April, 16:15 – 17:15 Uhr
- Raum: Tagungsraum 3, 2. OG

INHALT

Kunden verlangen weit mehr als Standard-Service – sie erwarten maßgeschneiderte, personalisierte Kommunikation, die nachhaltige Bindungen schaffen. Erfahren Sie, wie Autoflows die Customer Experience im Aftersales verbessert, indem es den Kundenkontakt durch datenbasierte Prozesse effizienter und individueller gestaltet:

- **Personalisierte Einladungen:** Automatisierte, datenbasierte Ansprache, die Kunden zum optimalen Zeitpunkt einlädt.
- **Upselling-Empfehlungen:** Zielgerichtete Zusatzangebote, die anhand individueller Fahrzeughistorien und Werkstattdaten ermittelt werden.
- **Personalisierte Kampagnen:** Maßgeschneiderte Marketingaktionen, die auf die spezifischen Bedürfnisse und Präferenzen der Kunden abgestimmt sind.
- **Proaktive Steuerung der Kundenzufriedenheit:** Frühzeitige Erfassung und Reaktion auf Kundenfeedback zur Stärkung der Bindung und Optimierung des Service-Erlebnisses.

REFERENTEN



Léane Dikmen

Autoflows
by ag analytics



Christoph Schilling

Autoflows
by ag analytics

WhatsApp und KI – Der Motor für Ihr Sales und After-Sales Geschäft

MASTERCLASS

THEMA & ZEIT

DSGVO konformer Einsatz von WhatsApp – Wie Autohäuser diesen Kanal für sich und Ihre Kunden optimal nutzen können.

- 09. April, 16:15 – 17:15 Uhr
- Raum: Tagungsraum 4, 2. OG

INHALT

Kunden erwarten schnelle und bequeme Kommunikation – doch viele Autohäuser setzen immer noch nicht auf eine DSGVO-konforme WhatsApp Lösung. In dieser Masterclass zeige ich an Beispielen aus der Praxis, wie einfach die Nutzung dieses Kanals sein kann. Vom Terminbuchungsprozess bis hin zur Generierung und Vorqualifizierung von Leads – Sie bieten Ihren Kunden nicht nur den Komfort und die Geschwindigkeit, die sie erwarten, sondern verschaffen sich dadurch einen echten Wettbewerbsvorteil. Das Ergebnis: Mehr Zeit, weniger Aufwand und ein Plus an Umsatz für Ihr Autohaus.

REFERENTIN



Doris Gietl

LDB Loeffler

Von manueller Arbeit zur smarten Effizienz: Wie der orderBot die Auftragsvorbereitung in VaudisX automatisiert

MASTERCLASS

THEMA & ZEIT

Prozessautomatisierung mittels RPA

- 09. April, 16:15 – 17:15 Uhr
- Raum: Tagungsraum 5, 2. OG

INHALT

Die Auftragsvorbereitung ist ein essenzieller, aber zeitintensiver und komplexer Prozess im Autohaus. Mit dem **orderBot** wird dieser Kernprozess automatisiert – von der Übernahme der Kundentermine aus dem Werkstattplanungssystem bis hin zur präzisen Identifikation des Wartungsumfangs in Elsa Pro und der Antragstellung zur finanziellen Zusage in iSport. Erleben Sie in unserer Produktdemo, wie die Automatisierung nicht nur Mitarbeiter entlastet, sondern auch das Auftragspotenzial maximiert.

REFERENT



Giovanni Fiannaca

aubex GmbH

Aftersales Masterclass - Schneller fit im After Sales – Praxisnah, digital & jederzeit verfügbar!

PRODUKTDEMO

THEMA & ZEIT

Aftersales

- 10. April, 11:30 – 12:30 Uhr
- Raum: Tagungsraum 3, 2. OG

INHALT

Das moderne Online-Training, das Mitarbeiter schnell, effizient und praxisnah in die Prozesse des After Sales einführt – ohne lange Einarbeitungszeiten oder teure Präsenzs Schulungen.

- Schneller fit im After Sales durch gezieltes Training für Neu- & Quereinsteige
- Flexibles Online-Format – Lernen jederzeit und überall ohne Ausfall im Betrieb
- Praxisnahe und umsetzbare Inhalte mit realen Szenarien aus dem Autohaus-Alltag
- Reduzierte Einarbeitungszeit und Entlastung des bestehenden Teams
- Klar strukturierte Lernmodule – von der Terminvergabe bis zur Abrechnung

Das Online Schulungsprogramm für:

- Serviceassistenten – Professionelle Kundenbetreuung von der ersten Anfrage bis zur Rechnungsübergabe
- Serviceberater – Von der Terminplanung über Zusatzverkäufe bis zum professionellen Kundengespräch
- Werkstattleiter – Effiziente Werkstattorganisation und Auftragssteuerung

REFERENTEN



Rene Niemann
NUMBERO GmbH



Marko Trautmann
NUMBERO GmbH

Voice AI: Vom Hype zum eigenen digitalen Mitarbeiter

MASTERCLASS

THEMA & ZEIT

AI Technologien

- 10. April, 11:30 – 12:30 Uhr
- Raum: Tagungsraum 4, 2. OG

INHALT

Die rasante Entwicklung von Künstlicher Intelligenz (KI) und insbesondere Voice AI-Technologien verspricht neue Möglichkeiten für Autohäuser. Doch was ist Hype und was ist Realität? Dieser Vortrag gibt Geschäftsführern und Serviceleitern von Autohäusern einen praxisnahen Einblick in die Evolution von Voice AI – von statischen Dialogsystemen bis hin zu modernen, generativen KI-gestützten Assistenten. Wir beleuchten die Chancen und Herausforderungen, die mit dem Einsatz solcher Technologien einhergehen: Welche Erwartungen sind realistisch? Welche Rolle spielt Datenschutz? Und wie kann Voice AI gezielt zur Verbesserung von Erreichbarkeit, Servicequalität und Effizienz eingesetzt werden? Im zweiten Teil des Vortrags erfahren Sie, wie der Weg zur eigenen KI aussieht – von der Zieldefinition über die Auswahl der richtigen Lösung bis zur erfolgreichen Integration in bestehende Prozesse. Dabei wird deutlich: Eine gut geplante KI-Strategie ist kein Selbstzweck, sondern ein entscheidender Wettbewerbsvorteil für Autohäuser in der digitalen Zukunft.

REFERENT



Dr. Alexander Fischer

Susi & James

Optimiertes Kampagnen-Tracking: Anrufe gezielt steuern – auch ohne KI

PRODUKTDEMO

THEMA & ZEIT

Kampagnen Tracking

- 10. April, 11:30 – 12:30 Uhr
- Raum: Tagungsraum 5, 2. OG

INHALT

In unserem interaktiven Workshop zeigen wir, wie Autohäuser ihre Kundenanfragen effizienter erfassen und auswerten können – ganz ohne KI, aber mit smarter Technologie.

Nach einer kurzen Einführung durch **Prof4Net und C4B** diskutieren wir gemeinsam die Herausforderungen der Lead-Erfassung: Welche Werbekanäle nutzen Autohäuser? Wie erfolgreich sind sie? Und wie lassen sich Anfragen gezielt verfolgen?

Ein besonderes Highlight ist die **Live-Demo**: Die Teilnehmer erleben, wie Leads automatisch in der Software erfasst und effizient an die richtigen Mitarbeitenden weitergeleitet werden. Wir zeigen praxisnah, wie durch smarte Anrufsteuerung und präzise Kampagnenauswertung die **Conversion-Rate verbessert und der Erfolg messbar gemacht** wird.

Zum Abschluss gibt es wertvolle Insights zu **CRM-Integration, KPI-Analyse und Optimierungsmöglichkeiten**.

Machen Sie Ihr Lead-Management effizienter – wir zeigen Ihnen, wie!

Scannen Sie den QR-Code am Eingang und testen Sie direkt mit!

REFERENTEN



Björn Keding

Prof4Net GmbH



Michael Kierspel

C4B Com For Business AG

LinkedIn im Autohaus (Tipps und Tricks)

MASTERCLASS

THEMA & ZEIT

LinkedIn

- 10. April, 10:50 – 11:30 Uhr
- Raum: Tagungsraum 3, 2. OG

INHALT

REFERENT



Tim Klötzing
Tim Klötzing Marketingberatung

Die Hosentasche als Erfolgsfaktor: Gelebte Praxis als Fundament der nachhaltigen Digitalisierung

PRODUKTDEMO

THEMA & ZEIT

Digitalisierung, Daten

- 10. April, 14:15 – 15:15 Uhr
- Raum: Tagungsraum 5, 2. OG

INHALT

Eine nachhaltige Digitalisierung im Autohaus erfordert mehr als das Setzen auf kurzfristige Trends oder isolierte Insellösungen. Nur wer die gesamte Prozesskette – von der Kundenanfrage über die Probefahrt und den Auslieferungsprozess bis hin zu betriebsorganisatorischen Themen wie der präzisen Inventur – ganzheitlich betrachtet, kann einen stetigen, schnellen Zugang zu relevanten Informationen sicherstellen. Das Bild der „Hosentasche als Erfolgsfaktor“ symbolisiert genau diesen jederzeit verfügbaren Datenfluss, der es ermöglicht, operative Abläufe agil und effizient dort zu integrieren, wo sie in der Praxis anfallen. Dieser Ansatz ermöglicht nicht nur ortsunabhängiges Handeln, sondern bindet auch alle internen Prozesse und Akteure ein, ohne die ein Erfolg der Digitalisierungsstrategie nicht denkbar wäre.

Durch die konsequente Vernetzung aller Teilprozesse entsteht ein dynamisches System, das operative Effizienz steigert und als Basis für fundierte Entscheidungen dient. Der Vortrag liefert – unter Einbeziehung von salesmate by dealer.biz – praxisnahe Impulse, wie die ganzheitliche Integration der Prozesskette den Weg für eine nachhaltige digitale Transformation im Autohaus ebnet.

REFERENT



Ricardo Pratas

SEG System-EDV und
Organisationsgesellschaft mbH