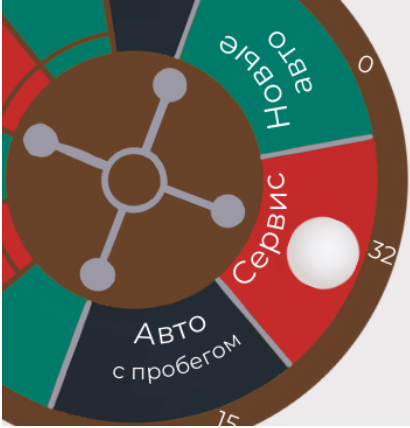




Ставки сделаны!

КАК СОХРАНИТЬ
ЗАГРУЗКУ СЕРВИСА И
ЗАРАБОТАТЬ?



Добрый день!

У Вас упала нагрузка на сервис?

Приглашаем Вас 25 мая на конференцию АвтоБосс на тему: "Ставки
сделаны! Как сохранить загрузку сервиса и заработать?"

25 мая: 3 блока

Управление ценой услуг СТО 24/7

- если з/ч определенной категории есть в наличии у дилера, то по каким ценам их продавать сейчас, не зная когда будут новые?
- если з/ч нет у дилера в наличии, то как называть цену клиенту, когда непонятно по какой цене возможно заказать з/ч и привезти ее?
- какие цены публиковать на сайте, в блоке "online калькулятор расчета стоимости ремонта", чтобы оставаться конкурентоспособным?
- как назначать стоимость на пакеты (работы + зч), в ситуации когда спрос непредсказуем и цены на з/ч варьируются по несколько раз в день



Дмитрий Каминский
Заместитель директора
Департамента ППО ГК АСЦ



Тимофей Кононов
Руководитель по ППО
Динамика



Николай Пасюра
Директор по сервису
ГК Прагматика



Денис Хохлачев
Руководитель
департамента ППО
ГК Юг-Авто

Новые виды услуг сервиса

- Одними ТО сервис не заполнить!
Какие работы/ услуги для клиентов
нужно внедрять, чтобы выжить?
- агрегатный ремонт
 - выездной сервис
 - консъерж-сервис



Александр Марков
Технический директор
Атлант-М Тушино



Владимир Антропов
Сервис-менеджер
Южноуральск-Лада



Сергей Угрюмов
Экс-заместитель
директора по сервису
ГК РОЛЬФ



Олег Калямов
Технический директор
**Базис - Моторс, г.
Тюмень**



Алексей Ткачев
Директор по развитию
ГК Арконт



Юрий Валько
Основатель
Техцентр Гидравлика

Маркетинг сервиса



Иван Куц
Автор и ведущий курсов Идеальный
автомаркетолог и Маркетинг авто с
пробегом
АвтоБосс

- Сервис сейчас это шанс выжить для тех, кто не успел прокачать пробег
- Люди стали требовательнее. Онлайн запись нужна каждому второму. Можно ли создать онлайн-запись без интеграции с учётной системой?
- Как показывать честные сроки ремонта или планового обслуживания и причём здесь маркетинг?
- Почему сбор данных (аудиторий для ремаркетинга) был критически важен год назад и не потерял своей важности?



Виктория Чибышева
Директор по маркетингу и
рекламе
ГК Прагматика

- Как взаимодействовать с сервисом для повышения результатов компании
- Какие инструменты для удержания и привлечения клиентов использовать, исходя из специфики брендов
- Как эффективно выстроить мотивацию маркетологов сервиса



Евгения Бисерова
Руководитель направления
сервисного маркетинга
Автохолдинг РРТ

- Какие каналы привлечения и удержания трафика сейчас выгодно использовать
- Что предложить клиентам, чтобы удержать их и сохранить лояльность к компании
- Как выстроить эффективную работу сервисного маркетолога в условиях неопределенности



Эмилия Хмара
Операционный
руководитель
БАЧАТА



Илья Колбин
Ведущий консультант
АвтоБосс

- Как автоматизировать ценообразование на отсутствующие запчасти в момент работы с клиентом мастера-приемщика
- Как управлять маржинальностью при автоматизированном заказе з/ч у партнеров
- Как запустить новый вид услуг сервиса (агрегатный ремонт и др), минимизируя вложения времени и денег. 5 простых шагов, проверенных временем.



Оксана Демченко
Журналист
Car-PR

- Естественный отбор дилеров - кто выживет, а кто уйдет?
- Рынок возможностей для дилеров сегодня.

Стоимость участия: 20 000 руб. (онлайн)

Специальное предложение: 2 участника за 30 000 руб.