

poleca:



**DZIENNIK
GAZETA PRAWNA**

PATRZYMY OBIEKTYWNIE. PISZEMY ODPOWIEDZIALNIE

FORUM DEALERÓW 2019

**2020 rokiem trzęsienia ziemi
w branży motoryzacyjnej.
Jak wyjść z niego cało?**

30 PAŹDZIERNIKA 2019, WARSZAWA

IDEORIA
Grupa INFOR PL

www.ideoria.pl

FORUM DEALERÓW 2019

**2020 ROKIEM TRZĘSIENIA ZIEMI
W BRANŻY MOTORYZACYJNEJ.
JAK WYJŚĆ Z NIEGO CAŁO?**

30

PAŹDZIERNIKA 2019

Hotel Arche
Al. Krakowska 237, Warszawa

Forum Dealerów 2019 to spotkanie dla wszystkich związanych z branżą motoryzacyjną.

Zmieniające się otoczenie, radykalna zmiana emisji norm, ogromna konkurencja, rynek pracownika, niesprzyjające opodatkowanie firmowych aut, elektryfikacja - jak w tych okolicznościach efektywnie działać na rynku, przyciągać nowych klientów, utrzymać tych dotychczasowych, zadbać o stabilność firmy?

Aby znaleźć odpowiedzi na te i wiele innych pytań, poszukamy drogowskazów, które ułatwią Państwu funkcjonowanie w zmieniającej się rzeczywistości biznesowej.

ZŁOTY PARTNER:



ALFAVOX

PARTNER:





IDEORIA

Grupa INFOR PL

AGENDA

WARSZAWA, 30 PAŹDZIERNIKA 2019
HOTEL ARCHE, AL. KRAKOWSKA 237

9.00 – 9.30 REJESTRACJA GOŚCI

9.30 – 10.15 POBUDKA W NOWEJ RZECZYWISTOŚCI

- 1 stycznia 2020 r. zaczynają obowiązywać nowe unijne normy dotyczące emisji dwutlenku węgla przez nowe auta. Limit spada drastycznie, ze 130 do 95 g/km.
- Za przekroczenie limitów producentom groziły będą kary. Jak duże? Za jakie modele? Jak to będą kwoty w skali całej branży?
- Jak dokładnie będzie wyglądał model „karania” przez Komisję Europejską za zbyt wysokie emisje?
- Niektórzy producenci będą mogli liczyć na „taryfy ulgową”. Na czym będzie to polegało? Kto na tym skorzysta?
- Którzy producenci są obecnie najlepiej przygotowani na zmiany, a kto odczuje je najbardziej?
- Co to oznacza dla szeroko pojętej europejskiej branży motoryzacyjnej?

10.15 – 11.00 CO GROZI POLSKIM DEALEROM? WOJCIECH DRZEWIECKI, PREZES , IBRM SAMAR

- Część modeli wypadnie całkowicie z oferty. Które marki najbardziej na tym ucierpią?
- Pojawią się problemy z dostępnością wielu wersji silnikowych.
- Czy dealerzy też będą płacili kary za sprzedaż aut emitujących więcej CO₂ niż 95 g/km?
- Czy ceny nowych samochodów trzeba będzie podnieść, czyli za zmiany docelowo zapłaci klient?
- Jak nowe normy przełożą się na sprzedaż?

11.00 – 11.15 PRZERWA KAWOWA





IDEORIA

Grupa INFOR PL

AGENDA

WARSZAWA, 30 PAŹDZIERNIKA 2019
HOTEL ARCHE, AL. KRAKOWSKA 237

**11.15 – 11.45 JAK KONCERNY RADZĄ SOBIE Z PROBLEMEM?
ŁUKASZ BĄK, DZIENNIK GAZETA PRAWNA/TVN TURBO**

- Auta w pełni elektryczne. Jak szybko będą się upowszechniały? Co z ich cenami? Czy dopłaty do nich pomogą „rozbujać” sprzedaż?
- Hybrydy. Przykład Toyoty i Lexusa, jako marek doskonale przygotowanych do zmian.
- Elektryfikacja klasycznych silników czyli mild-hybrid – czy wkrótce wszystkie auta będą miały mały motor elektryczny?
- Diesle. W ciągu kilku lat ich udział w rynku spadł z 55 do 32 proc. Czy teraz czeka je renesans?

**11.45 – 12.30 PANEL 4. CO ZROBIĆ, BY JAK NAJMNIEJ UCIERPIĆ PODCZAS
TEGO TRZĘSIENIA ZIEMI? – TOMASZ BETKA, RED. NACZELNY
MIESIĘCZNIKA DEALER**

- Jak odnaleźć się w nowej rzeczywistości?
- Czy zapełniać stock przed końcem roku? Jakimi modelami i wersjami?
- Jak będzie wyglądała akcja wyprzedaży rocznika 2019?
- Jak przekonywać klientów do nowej, ekologicznej technologii?
- Stawiać na sprzedaż hybryd, elektryków, czy może diesli?

**12.30 – 13.00 AKTUALNE TRENDY ZAKUPU NOWYCH I UŻYWANYCH AUT.
PRZEDSTAWIENIE WYNIKÓW RAPORTU – ADAM MALARSKI,
EKSPERT W ZAKRESIE BRANŻY MOTORYZACYJNEJ, EY**

13.00 – 13.45 LUNCH





IDEORIA

Grupa INFOR PL

AGENDA

WARSZAWA, 30 PAŹDZIERNIKA 2019
HOTEL ARCHE, AL. KRAKOWSKA 237

13.45 – 14.15 NASZ KLIENT, NASZ PAN – ŁUKASZ BĄK, DZIENNIK GAZETA PRAWNA/TVN TURBO

- Kiedy i jak zacząć z nim rozmowę/ Dlaczego jest taki marudny i trudny
- Czy i jak z nim rozmawiać, by nie poczuł się „napastowany”
- Co zrobić, aby zaufał nam bardziej niż Auto Światom, Motorom, blogerom motoryzacyjnym i dr. Google
- Dlaczego warto utrzymać z nim kontakt nawet wtedy, gdy już kupi samochód/ Dlaczego jeszcze bardziej warto utrzymać z nim kontakt wtedy, gdy nie kupi samochodu
- Czemu o konkurencji warto wiedzieć więcej, niż o „własnej” marce

14.15 – 14.45 KAMPANIE, REKLAMA, MARKETING, DNI OTWARTE – ŁUKASZ BĄK, DZIENNIK GAZETA PRAWNA/TVN TURBO

- Czy warto prowadzić działania w mediach społecznościowych i jak to robić
- Czy warto organizować premiery nowych modeli i kogo na nie zapraszać
- Idealne Dni OtwarTE, czyli dlaczego piknikowa atmosfera jest najlepsza
- Dlaczego warto angażować klientów w życie marki

14.45 – 15.15 SENS DZIAŁAŃ(DZIAŁU) HR W DEALERSTWIE – JAKUB KOCJAN, MOTIVA HR

- Dobór pracowników – z czego składa się proces (rekrutacja, selekcja, adaptacja czym są)
- Różnica pomiędzy kandydatami, którzy sami aplikują, a tymi których chcemy do zmiany
- Jak wyznaczyć zadania działu HR,
- Kandydat może być klientem – dlaczego?



Łukasz Bąk

Prowadzący program Automaniak w TVN Turbo, felietonista Dziennika Gazeta Prawna, w przeszłości m.in. redaktor naczelny tygodnika Motor. W swoim życiu „objechał” około 600 samochodów – testował je na pustyni w Omanie i na zamrzniętych jeziorach Koła Podbiegunowego. W jego opinii nie ma auta idealnego, bo dla każdego ideał to coś innego. Dlatego najważniejsze jest zrozumienie potrzeb i oczekiwań klienta. Słynie z tego, że pisze i mówi to, co myśli, a nie to, co chcą usłyszeć inni. Także podczas szkoleń.

Tomasz Betka

Dziennikarz, redaktor naczelny miesięcznika „Dealer”, wcześniej przez ponad 5 lat sekretarz redakcji „Dealera”. Autor kilkuset artykułów poświęconych branży dealerskiej, redaktor wydania „Złotej Księgi na 25-lecie rynku dealerskiego w Polsce”. Prelegent Kongresu Dealerów i Forum TOP100 – największych polskich konferencji poświęconych dealerom samochodów. Absolwent dziennikarstwa oraz europeistyki na Wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego.

Wojciech Drzewiecki

Prezes Instytutu Badań Rynku Motoryzacyjnego SAMAR. Ukończył wydział Samochodów i Maszyn Roboczych Politechniki Warszawskiej. Od początku lat 90-tych pracował najpierw w firmie Nissan Poland, a później Ford Polska gdzie był m.in. odpowiedzialny za planowanie sprzedaży oraz dystrybucji aut. Równolegle rozwijał działalność analityczną tworząc Instytut Badań Rynku Motoryzacyjnego SAMAR. Zdobyte doświadczenie zarówno na konkretnych stanowiskach w przedstawicielstwach producentów oraz we współpracy z dealerami pozwoliło mu na elastyczne dopasowywanie tworzonych materiałów pod kątem konkretnych odbiorców, co przyczyniło się do dynamicznego rozwoju firmy. Poszerzany stopniowo zakres zbieranych oraz przetwarzanych informacji umożliwił dotarcie także do klientów z zagranicy, dużych liczących się na świecie firm analitycznych. Wojciech Drzewiecki jest autorem wielu artykułów i opracowań dotyczących rynku. Odpowiada też za rozwój kolejnych produktów w firmie, obejmujących nie tylko comiesięczne raporty i analizy wydawane w formie papierowej i elektronicznej, ale także za opracowanie projektów aplikacji ułatwiających analizę rynku, w tym analizę lokalnych potencjałów sprzedażowych i serwisowych oraz wspomagających poszukiwanie potencjalnych klientów flotowych. Z opracowań Samaru korzystają nie tylko producenci i dealerzy, ale także jednostki reprezentujące rząd, banki, firmy leasingowe oraz duzi klienci flotowi.

Jakub Kocjan

Założyciel Motiva HR, firmy, która działa w obszarze HR w motoryzacji. Jakub ze sprzedażą związany jest od 7 lat, zaś z HR zawodowo od 4 lat, a z zamiłowania od ponad 11 lat. W wolnych chwilach rekreacyjnie żegluje, jeździ na nartach i pływa na wakeboardzie.

Adam Malarski, **Doświadczony Manager EY, Doradztwo biznesowe**

Adam posiada ponad 10 letnie doświadczenie w opracowywaniu i wdrażaniu strategii go-to-market na rynkach B2B i B2C. Specjalizuje się w projektach dot. optymalizacji i reorganizacji funkcji sprzedaży a także zarządzania efektywnością i optymalizacją kosztową.