

08:00 – 09:00 Uhr

09:00 – 13:00 Uhr

REGISTRIERUNG & BEGRÜßUNG

SEMINAR A

Natürliche und nachhaltige Content- und Linkmarketingstrategien

mit Maik Metzzen & Matthäus Michalik

Content Marketing in der Praxis: In diesem Seminar stellen wir anhand eines Praxisbeispiels vor, wie die verschiedenen Phasen des Content Marketings erfolgreich umgesetzt werden können – von der Ideengenerierung bis hin zum Reporting. Folgende Fragestellungen werden dabei ausführlich in unserem Seminar behandelt:

- Wie definiere ich meine Zielgruppe?
- Wie finde ich passende Ideen?
- Wie definiere ich meine Ziele?
- Wie finde ich passende Inhalte zu meiner Idee?
- Wie integriere ich Informationalen Content auf meiner Seite?
- Was muss ich bei der Contenterstellung beachten?
- Wie kann ich meine Inhalte seeden?
- Wie bewerte ich den Erfolg einer Kampagne?

(* Aufgrund der großen Nachfrage wird dieses Seminar zwei mal angeboten. Es handelt sich hierbei inhaltlich um zwei identische Seminare.)

SEMINAR B

SEM: Search Engine Marketing für Einsteiger

mit Jennifer Böltz

SEA Anzeigen mit Google AdWords können viel Umsatz bringen, aber auch viel Geld kosten. Damit das Schalten der Werbeanzeigen für Sie nicht zur Kostenfalle wird, richtet sich dieses SEA Seminar für Einsteiger an AdWords Neulinge als auch an Interessierte mit ersten Erfahrungen, die ihre Accounts aufbauen, optimieren oder die Arbeit ihrer Agentur besser verstehen wollen. Das Seminar deckt den Prozess von der Keywordrecherche über das Erstellen der Kontostruktur bis hin zum Verfassen der Anzeigen ab. Dabei geht es auch auf den Qualitätsfaktor, Anzeigenerweiterungen und erste Kniffe der Optimierung ein. Der Schwerpunkt des Seminars liegt auf den Such-Anzeigen, Display-Anzeigen und Google Shopping Ads (PLAs) finden nur eine kurze Vorstellung.

SEMINAR C

OnPage: Technisches, strategisches und inhaltliches SEO

mit Markus Koczys & Daniel Kaliner

Die strategische, technische und inhaltliche Suchmaschinenoptimierung ist fernab von allen Trends im Link- und Contentmarketing weiterhin ein hoch-relevantes Puzzleteil der erfolgreichen Suchmaschinenoptimierung. In der Onpage-Optimierung stellt sich schon lange nicht mehr nur die Frage, ob ein Suchbegriff in einer der Überschriften genannt werden muss – vielmehr interessieren strategische Fragestellungen, die das Gesamtkonzept einer Seite und dessen Informationsarchitektur umfassen. Onpage-Optimierung bildet die Basis von SEO-Erfolg – eine Marketingkampagne kann noch so erfolgreich sein, wenn die Webseite nicht den Mindestanforderungen in Bezug auf Architektur, Inhalte und interner Verlinkung erfüllt, wird der SEO-Erfolg auf sich warten lassen. In diesem Seminar soll vermittelt werden, wie eine langfristige SEO-Strategie aufzusetzen ist, welche technischen Anforderungen an die Webseite gestellt werden, um gute Rankings zu erzielen und was es bei der Erstellung von Webseiten-Inhalten und deren Einbindung in das Gesamtkonzept der Seite zu beachten gilt.

SEMINAR D

Conversion Optimierung

mit Timo Aden & Cornell Heise

Teilnehmer lernen, wie eine nachhaltige Conversion Optimierung durchgeführt werden sollte, damit aus Usern Käufer werden. Neben der Erhöhung der Umsätze geht es in der Conversion Optimierung vor allem um Erkenntnisse über den Nutzer. Intelligentes Testing hilft, um mehr über den User zu erfahren und ihn bedarfsgerecht anzusprechen. Teilnehmern wird vermittelt unter welchen Aspekten Webauftritte analysiert werden sollten, damit über richtige Hypothesen wichtige Erkenntnisse über den User generiert werden können. Wie Umsätze nachhaltig und langfristig durch kontinuierliches Testing unter Nutzung von Targeting, und Segmentierung gesteigert werden kann, soll dabei Kerninhalt des Seminars sein.

Zielgruppe:

- Marketing Manager
- SEO Manager
- Webseiten Manager
- IT Verantwortliche

13:00 – 14:00 Uhr

14:00 – 18:00 Uhr

Networking-Lunch für alle Seminarteilnehmer / Innen und Referenten

SEMINAR E

Natürliche und nachhaltige Content- und Linkmarketingstrategien

mit Maik Metzzen & Matthäus Michalik

Content Marketing in der Praxis: In diesem Seminar stellen wir anhand eines Praxisbeispiels vor, wie die verschiedenen Phasen des Content Marketings erfolgreich umgesetzt werden können – von der Ideengenerierung bis hin zum Reporting. Folgende Fragestellungen werden dabei ausführlich in unserem Seminar behandelt:

- Wie definiere ich meine Zielgruppe?
- Wie finde ich passende Ideen?
- Wie definiere ich meine Ziele?
- Wie finde ich passende Inhalte zu meiner Idee?
- Wie integriere ich Informationalen Content auf meiner Seite?
- Was muss ich bei der Contenterstellung beachten?
- Wie kann ich meine Inhalte seeden?
- Wie bewerte ich den Erfolg einer Kampagne?

(* Aufgrund der großen Nachfrage wird dieses Seminar zwei mal angeboten. Es handelt sich hierbei inhaltlich um zwei identische Seminare.)

SEMINAR F

SEM: Advanced Search Engine Marketing

mit Heiko Tholen & Matthias Schmidt

Dieses Seminar richtet sich an SEA Manager, die bereits mit den Basics von SEA vertraut sind. Zur erfolgreichen Steuerung von SEA Kampagnen gehören mehr als nur die Durchführung von Keyword-Recherche und das Erstellen von Textanzeigen. Advanced SEA beinhaltet Automatisierung, Skalierung, effektive Datenanalyse und gezieltes User Targeting sowie kontinuierliche Innovation. Dieser Workshop zeigt Ihnen Ansätze für die Erstellung eines SEA Management Master Plans, Automatisierung von Aufgaben, effektive Datenanalyse sowie smartes User Targeting.

SEMINAR G

Real Time Advertising & Bidding

mit Philipp Westermeyer

Philipp erläutert Hintergründe und Strukturen rund um die RTB-Technologien und modernes Display-Advertising. Wie ist die Marktsituation in diesem extrem dynamischen Segment? Was kann ich von einer Kampagne erwarten? Welche Beispiele und best practices gibt es? Wer sind die relevanten Spieler und Tools? Wo liegen Chancen und Risiken? Welche Daten sind derzeit am europäischen Markt verfügbar und welche Targeting-Optionen entstehen daraus? Wie bewerte ich den Erfolg einer Maßnahme über den Media-Einkauf hinaus? Außerdem wird Philipp als Zugabe langjährige Erfahrungswerte für Preis-Leistungs-optimale Banner-Placements im deutschen Internet weitergeben. Außerdem wird er zeigen, welche Rolle Banner-Creatives für moderne Display-Maßnahmen spielen.

SEMINAR H

Webanalytics

mit Timo Aden & Alexander Sauer

Auf dem Weg zur Conversion gelangen Besucher über unterschiedliche Kanäle auf die eigene Website. Überwog in der Vergangenheit die Last Cookie Wins Methode setzt sich mittlerweile eine ganzheitlichere Betrachtung durch, die die verschiedenen Touchpoints auf dem Weg zur Conversion berücksichtigt. Wie sollten verschiedene Kanäle hinsichtlich der Conversions beurteilt werden? Wie können Marketing-Budgets entsprechend des jeweiligen Beitrags der verschiedenen Trafficquellen allokiert werden? In diesem Seminar erfahren Sie wie der Customer Journey auf Basis von Kampagnen Attribution funktioniert.

18:00 – 18:30 Uhr

DRINKS & NETWORKING

Track 1 - English-speaking

Track 2 - deutschsprachig

09:00 – 09:30 Uhr
09:45 – 10:30 Uhr
10:45 – 11:30 Uhr
11:45 – 12:30 Uhr
12:30 – 13:30 Uhr
13:30 – 14:15 Uhr
14:30 – 15:15 Uhr
15:15 – 15:45 Uhr
15:45 – 16:30 Uhr
16:45 – 17:30 Uhr
17:30 – 18:30 Uhr

Welcome & Opening Remarks by Andre Alpar

**Breaking Par:
Cracking the Mold in Golf's Content Marketing**
Charles Kautz

**How to Setup and Manage International
Content Marketing, 7 Step Framework**
Marcin Chirowski

**Designing with Words:
The Critical Role for Marketers and
Content People in the Creative Process**
Amy Thibodeau

Lunch break

**Appetite for Deconstruction:
Lessons in Virality from Axl Rose**
Hannah Smith

How to get Search ROI from your Content Marketing
Ross Hudgens

Coffee break

The Art & Science of Content Promotion
Kieran Flanagan

The Vision Gap and Era of Infobesity
Jessica Gioglio, Lauren Pope

Get Together & Networking

Begrüßung von Andre Alpar

**Warum Content Marketing mehr ist als SEO –
Die moderne Unternehmenskommunikation**
Lukas Kircher

**Guter Content, schlechter Content:
auf der Jagd nach Substanz**
Oliver Bentz, Bernd Krämer

**Was können Unternehmen von BuzzFeed lernen –
Social Sharing Content Marketing in der Praxis**
Maik Metzen, Matthäus Michalik

Mittagsbuffet

Content: Macht und Ballast
Olaf

**Erfolgreiche Strategien für das Content Marketing –
Von der Markenvision zum Content Marketing,
vom Framework in die Praxis**
Andreas Bersch, Dominik Brendel

Kaffeepause

**Wie mache ich mir Qualitätsjournalismus zunutze,
ohne Journalist zu sein**
Pit Gottschalk

**Curate. Collaborate. Communicate –
where Giorgio meets Scooter. Die Content Marketing
Success Story von Electronic Beats**
Stefan Fehm, Ralf Lültsdorf

07:30 – 08:30 Uhr

09:00 – 09:30 Uhr

09:45 – 10:30 Uhr

10:45 – 11:30 Uhr

11:45 – 12:30 Uhr

12:30 – 13:30 Uhr

13:30 – 14:15 Uhr

14:30 – 15:15 Uhr

15:15 – 15:45 Uhr

15:45 – 16:30 Uhr

16:45 – 17:30 Uhr

17:45 – 18:30 Uhr

ab 18:30 Uhr

ab 19:30 Uhr

REGISTRIERUNG

BEGRÜßUNG & KEYNOTE *im Track PERFORMICS*

Business Intelligence:

Von der Webanalyse zur Digital Intelligence – Wie Unternehmen ihr digitales Marketing optimieren sollten!

Timo Aden & Michael Beck

Strategie:

Geschäftsmodellierung mit dem Business Innovation Kit sowie Umsatz mit alten Ideen: Praxisbeispiel steuern.de

Henning Breuer & Jens Jochen Martin

User Experience:

What UX, IA and SEO can teach each other



Marianne Sweeny

Social Media Strategie:

Customer First – How Digital Drives Customer Engagement

Christoph Bornschein & Bernd Becker

Mobile:

App Store Optimization & Mobile Retention

Stefan Bielau & Bernhard Falch

Paid Advertising:

The constantly changing face of Google



Alan Coleman & Brendan Almack

Strategie:

Wie digitale Markenführung unternehmerisches Denken und Handeln revolutioniert

Carola Anna Elias

Display Advertising:

Basics of Audience Targeting in Programmatic

Kristina Prokop & Philipp Westermeyer

SEO:

Case Study: Erste SEO-Schritte einer internationalen Brand

Maik Metzen & Magdalena Mues

SEO:

Persona-Driven Keyword Research



Michael King

Social Media:

What content rocks on StumbleUpon



Andrew Levine

Performance Marketing:

Aktuelle Herausforderungen und Trends im Performance Marketing

Florian Heinemann

MITTAGSBUFFET

Storytelling:

Falling in Love with Brands is like Falling in Love with a Person

Marc Rüsing

Paid Advertising:

Scale the s*** out of SEA – Stell in Frage was du bisher gemacht hast!

Elias Russecki

Paid Advertising:

Double your results with smart Ad Testing



Jeff Allen

Social Media:

Bessere Berichte und erfolgreiche Flirts mit Social Media

Robert Seeger & Florian Konrad Schmitz

Business Intelligence:

Abbrecher Analysen – Conversion Optimierung mit qualitativen und quantitativen Methoden

Juliane Hartmann & Lennart Paulsen

Mobile:

App Discovery and The Marketer's New Clothes: Rankings, Advertising & Keywords

Kaja Kempf



Online Marketing Panel:

Qualitätserkennung bei Weiterbildungen & Zertifikaten im Online Marketing Dschungel

Kai Rieke, Christian Vollmert, Prof. Dr. Holger Schneider & Philipp Westermeyer

SEO:

How to remove links from the search ranking algorithm and not destroy the world

Grigory Bakunov



KAFFEEPAUSE

Attribution:

Opportunities und Challenges von Analytics im Attribution Kontext, View-Impact

Amit Ghosh & Alwin Haensel

Call Tracking als Bestandteil der Customer Journey:

Wertvolle Conversion-Insights zur Optimierung von Marketing-Kampagnen

Frank G. Froux



SEO:

Cutting-Edge Link Strategy Analysis



Razvan Gavrilas

E-Mail Marketing:

E-Mail Marketing Revolution: Es ist an der Zeit beim Klassiker E-Mail Marketing mit Mythen aufzuräumen

Florian Werner & Jens Hilbrands

Mobile:

SwiftKey's epic marketing journey in 2014: exploring new territories of freemium and iOS

Anne-Catherine Goulby



Paid Advertising:

Search – Thinking beyond the traditional blue links

Cedric Chambaz



Performance Marketing:

Der Paradigmenwechsel erfolgreicher Advertiser – Auswirkungen, Herausforderungen und Chancen

Erik Siekmann

Umbau

Social Media:

Markenkommunikation in einer digitalen Welt

Thomas de Buhr

Umbau

DRINKS & NETWORKING

DINNER & NETWORKING PARTY mit

