



Online Marketing Campus for Executives powered by DIE WELT

Die Veranstaltung für Führungskräfte
am 29. und 30. Oktober 2014
in Düsseldorf



In zwei Tagen zum Branchenkenner

Die Relevanz des Online-Marketing steigt täglich: mit jedem neuen Breitbandzugang, jedem neuen Web-Angebot und jeder weiteren im Internet verbrachten Minute. Viele etablierte Unternehmen aus Medien, Handel, Touristik oder Finanzen haben erfahren, dass das Netz Branchendynamiken in kurzer Zeit für immer verändern kann. Einige nutzen die neuen Kräfte bereits geschickt, andere stehen aufgrund der digitalen Veränderungen vor großen Herausforderungen.

Die Online-Marketing-Branche wird täglich professioneller und komplexer. An die Stelle von klassischen Werbekampagnen treten Suchmaschinenmarketing, Google-Optimierung, Performance-Kampagnen, Affiliate-Konzepte und vieles mehr. Bei aller Komplexität gilt

mehr denn je: Professionelles Online-Marketing ist nahezu immer die Grundlage für Erfolg im Internet. Auch für Führungskräfte, die im Arbeitsalltag keine oder nur wenige Berührungspunkte mit den operativen Aufgaben und Herausforderungen des digitalen Marketing haben, ist ein Grundwissen mittlerweile oftmals unverzichtbar.

Online Marketing Rockstars und die Hamburg Media School haben gemeinsam mit DIE WELT ein Angebot konzipiert, das auf diese Bedürfnisse reagiert: Kompakt und fundiert verbindet es tiefe Marktkenntnisse und praktische Anwendungen von und mit Branchenprofis, speziell aufbereitet für die Anforderungen von Führungskräften und Unternehmenslernern.

Für wen konzipiert?

Die Veranstaltung richtet sich an Führungskräfte mittelständischer Unternehmen und Konzerne, die sich in kompakter Form einen intensiven Überblick über die verschiedenen Disziplinen des Online-Marketing verschaffen wollen und neue Wachstumspotenziale für ihr Geschäft suchen.

Die Teilnehmerzahl ist auf 20 Personen limitiert.
Preis: 1.990 € zzgl. MwSt.
Melden Sie sich schon heute an bei:

Frederike Wettengel
Hamburg Media School
Telefon: +49 (0)40 413 468-55
E-Mail: f.wettengel@hamburgmediaschool.com



Programm

Avidon Art & Design Hotel, Unterrather Straße 42, 40468 Düsseldorf

TAG 1: MITTWOCH, 29. OKTOBER

09:30 Auftakt

Einführung und Marktumfeld

- Marktüberblick: Online-Marketing
- Wichtige Marktteilnehmer und Wertschöpfungskette
- Marktchancen, Metriken und wichtige Marktbesonderheiten

12:30 Lunch

Basiswissen Suchmaschinenoptimierung

- Arbeitsweise der Suchmaschine
- Onsite- und Offsite-Optimierung
- SEO und Technik: Basiswissen, Tricks und Trends

Affiliate- und Performance-Marketing

- Funktionsweise des Affiliate-Marketing und Marktstruktur
- Erfolg und Einsatz von Partnerprogrammen
- Monetarisierung über Partnerprogramme
- Web-Analytics

19:00 Ende Vorträge

20:00 Dinner inklusive Dinner-Speech
und Austausch mit Referenten

TAG 2: DONNERSTAG, 30. OKTOBER

09:00 Auftakt

Display-Advertising

- Marktüberblick: Display-Advertising
- Abrechnungsmodelle
- Traffic-Handel, Rest- und Performance-Inventar
- Yield-Optimization, Media-Buying, RTB

12:30 Lunch

Suchmaschinen-Advertising

- Mechanik des Suchmaschinenmarketing
- Kampagnenplanung und -steuerung
- Erfolgsfaktoren von Keyword-Kampagnen
- Lokale Kampagnen
- Überblick SEM-Agenturen

Social Media

- Social Media als Tool der Kundenbindung
- Bedeutung von Social Media zur Neukundengewinnung und Social-Media-Advertising
- Umgang mit „Shitstorms“ auf sozialen Medien

Trends im Digital Marketing

- Überblick über Zukunftstechnologien, künftige Geschäftsmodelle und Marktstrukturen

18:00 Ende





Referenten

Die Veranstaltung wird durchgeführt von Top-Branchenexperten, die ihre jeweilige Disziplin im Unternehmensalltag auf Exzellenz-Niveau umsetzen und so großen Internetunternehmen wie zum Beispiel Zalando, Rewe, Blume 2000, Zanox, Adobe und anderen zu internationalem Digital-Wachstum verhelfen.

Referentenauswahl

Erik Siekmann war Vorstand der Blume 2000 new media AG, die er zu einem führenden Online-Player der Branche entwickelte. Heute ist er CEO der Hamburger Digital-Marketing-Agentur Digital Forward und berät zahlreiche Unternehmen beim Aufbau und bei der Optimierung ihrer Online-Marketing-Aktivitäten.

Andre Alpar ist Geschäftsführer des Suchmaschinen-Spezialisten AKM3 in Berlin. AKM3 ist eine der größten Spezial-Agenturen in Deutschland. Vor dem Aufbau von AKM3 arbeitete Andre bei Rocket Internet und war entscheidend mitverantwortlich für die erfolgreichen Online-Marketing-Maßnahmen von Firmen wie Zalando oder Groupon. Andre ist als Business-Angel bei zahlreichen Internetfirmen engagiert.

Nick Sohnmann ist seit mehreren Jahren im Bereich Trend- und Innovationsforschung tätig. Als Gründer der Hamburger Firma Futurecandy berät er nationale und internationale Unternehmen bei Innovationsstrategien.

Christoph Burseg war geschäftsführender Gesellschafter der TRG – The Reach Group, eines der führenden Beratungsunternehmen für strategisches Online-Marketing und war zuvor in verantwortlichen Positionen bei Axel Springer/WELT Online, AOL Deutschland sowie RTL interactive tätig. Mittlerweile ist er Gründer von Massive Insights und hat eines der führenden Tools zur Analyse von Bewegtbild-Inhalten im Internet entwickelt.

Philipp Westermeyer war Vorstandsassistent bei der Bertelsmann AG und Investment-Manager bei der Gruner + Jahr AG. Danach gründete er mit Partnern verschiedene Vermarktungsnetzwerke, die er sowohl an Gruner + Jahr als auch an Zanox verkaufte. Er ist Leiter des Digital Marketing Center an der Hamburg Media School und Initiator der Online Marketing Rockstars.

Romanus Otte (52) arbeitete über 20 Jahre als Journalist mit den Schwerpunkten Politik und Wirtschaft unter anderem für die Deutsche Presse-Agentur, die Financial Times Deutschland und die Chefredaktion der WELT-Gruppe. Seit fünf Jahren ist er nun auf der Verlagsseite für die digitalen Produkte der WELT verantwortlich.

Seminarleitung

Jan Bechler ist Absolvent der Hamburg Media School und war Vorstandsassistent beim Vermarktungsunternehmen RMS, für das er das digitale Vermarktungsgeschäft aufbaute. Im Anschluss wechselte er zu Axel Springer Digital Ventures, bevor er 2011 ein eigenes eCommerce-Unternehmen gründete. Er ist Initiator verschiedener Digital-Konferenzen und am Digital Marketing Center der Hamburg Media School für diverse Online-Schulungsprogramme verantwortlich.