



ab 08.00 Uhr	<b>Registrierung der Teilnehmer und Begrüßungskaffee</b>
09.00 Uhr	<b>Eröffnung der MARKETING ON TOUR und Begrüßung durch den Veranstalter</b>
09.15 Uhr	<b>SEO-Trends 2012</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wie verändert sich die Suche im Web?</li> <li>Auswirkungen auf Ihre SEO-Strategie</li> </ul> <i>Christian Mauer, Geschäftsführer, SUMO GmbH</i> <i>Philipp von Stülpnagel, Geschäftsführer, SUMO GmbH</i>
09.45 Uhr	<b>SEO &amp; Social Media – Tools, Mechaniken und Strategien für ein optimales Ergebnis</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Social Media Interaction, Social Media Monitoring und Suchmaschinenoptimierung im effizienten Miteinander</li> <li>Welche Tools können eingesetzt werden?</li> <li>Welche Mechaniken und Strategien führen zum Erfolg?</li> <li>Aufzeigen von Möglichkeiten anhand eines Cases</li> </ul> <i>Jan Pötzscher, Consultant Social Media, queo GmbH</i>
10.15 Uhr	<b>Social Media, Mobile Marketing, App Economy – Hilfe! – Ich brauche die eierlegende Wollmilchsau</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Internet &amp; Online 2020: Ein (zugegeben gewagter) Blick in die Glaskugel ...</li> <li>Worauf sich (Online) Marketing schon heute einstellen muss / sollte!</li> <li>Chancen &amp; Vorteile aber auch Risiken, Probleme &amp; Herausforderungen</li> <li>Worauf es ankommt, um morgen als „Champion“ auf dem Feld zu stehen?</li> <li>Marketing meets Hacker: Instrumente und Lösungen die (heute) verfügbar sind um jetzt die passenden Weichen zu stellen!</li> <li>Richtig investieren: Praxisbeispiele aus B2B und B2C für den Weg in die (Online) Welt von morgen.</li> </ul> <i>Jörg Rensmann, Geschäftsführer, infoMantis GmbH</i>
10.45 Uhr	<b>Kaffeepause und Networking mit Referenten + Ausstellern</b>
11.30 Uhr	<b>Jenseits von Email Marketing: höchste Konversionsraten durch interaktive Dialoge und Behavioral Targeting</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wie Sie Konversionen durch den Wechsel vom traditionellen Emailversand zu interaktiven Dialogen um über 300% steigern können</li> <li>Wie eine Kaufabsicht auf der Website erkannt wird, und wie man durch individuelles Follow up den Besteller zum Kaufabschluss motiviert</li> <li>Wie man den Einfluss von Markenbotschaftern in sozialen Netzwerken messen kann und sie dementsprechend fördert</li> <li>Wie eine integrierte Lösung für Dialog Marketing und Behavioral Targeting Marketers dabei unterstützt aus einer Vision Aktionen zu machen</li> </ul> <i>Michael Heep, Partner Manager DACH, Selligent GmbH</i>
12.00 Uhr	<b>Mehr Online-Marketing Erfolg mit Customer Journey Analysen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Probleme der heutigen Erfolgsmessung mit Conversion Attribution Modellen</li> <li>Betrachtung der gesamten Customer Journey für mehr Erfolgstransparenz im Multi-Channel-Marketing</li> <li>Mit ganzheitlichen Wirtschaftlichkeitsanalysen zum optimalen Marketing Mix</li> </ul> <i>Christian Bennefeld, Geschäftsführer, etracker GmbH</i>
12.30 Uhr	<b>Mittagessen</b>
14.00 Uhr	<b>Marketing in der Cloud</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wie sieht die nächste Generation von Websites aus?</li> <li>Braucht man für die Cloud ein CMS?</li> <li>Welche Vorteile bieten Cloud-Lösungen im Bereich Online-Marketing für Marketing-Entscheider?</li> </ul> <i>Bernd Völcker, Vorstand, Infopark AG</i>
14.30 Uhr	<b>Neuromarketing im Internet – Von der Website zum interaktiven Einkaufserlebnis</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Warum eCommerce ohne Emotion nicht funktioniert</li> <li>Warum klassische Webseitenkonzepte zum alten Eisen gehören</li> <li>Wie die Websites der Zukunft funktionieren</li> </ul> <i>Ralf Pispers, Geschäftsführer, .dotkomm rich media solutions GmbH</i>
15.00 Uhr	<b>Kaffeepause und Networking mit Referenten + Ausstellern</b>
15.30 Uhr	<b>Social Media + Recht: Rechtliche Fehler im Social Media Marketing vermeiden!</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Grenzwertige Werbung mit Nutzerkauf, Fakeprofilen &amp; Gewinnspielen</li> <li>Zulässiges Direktmarketing in Social Media</li> <li>Wem gehören die auf Facebook, Google und Twitter eingestellten Inhalte?</li> <li>Rechtliche Stolperfallen auf Google+</li> <li>Haftung für Rechtsverstöße der Social Media Anbieter</li> <li>Like, +1, Tweetbutton, Datenschutz und die Risiken</li> <li>Haftung für private und berufliche Social Media Aktivitäten von Mitarbeitern</li> </ul> <i>RA Thomas Schwenke, LL.M., Partner der Kanzlei SCHWENKE &amp; DRAMBURG</i>
16.15 Uhr	<b>Keynote! TOUCH ME – Vom Wandel im Umgang mit dem Computer</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Von grafischen zu natürlichen Benutzungsoberflächen (GUI zu NUI)</li> <li>Vom Look zum Feel – die neue Art der Usability</li> <li>Von Web zu APP – die Ablösung der Webseite</li> <li>Die Auswirkungen auf uns, die Gesellschaft und die Wirtschaft</li> <li>Ein kleiner Ausblick in das, was noch kommen wird</li> </ul> <i>Prof. Wolfgang Henseler, Gründer + Creative Managing Director, SENSORY-MINDS und Professor für Digitale Medien, Hochschule Pforzheim</i>
17.00 Uhr	<b>Noch Fragen? Diskutieren Sie mit den Referenten und Besuchern bei einem Apéritif im Foyer</b>
ca. 18.15 Uhr	<b>Ende der MARKETING ON TOUR in Frankfurt</b>

\* Änderungen vorbehalten