

Online Marketing Forum

- Frankfurt 03. Mai 2011
- Düsseldorf 04. Mai 2011
- Hamburg 12. Mai 2011
- München 18. Mai 2011

Die Konferenz für Trends im Online Marketing

Jetzt anmelden!
Teilnahme € 249,- zzgl. MwSt.

Die Referenten (Auswahl):



Mieke De Ketelaere,
Global Solution
Expert,
Selligent GmbH



Heiko Genzlinger,
Stellv. Geschäfts-
führer und Commercial
Director,
Yahoo! Deutschland



Bernd Lindemann,
Geschäftsführer,
digital mobil GmbH



Marco Luschnat,
Geschäftsführer,
Ministry.BBS inter-
active communica-
tion GmbH



Norman Nielsen,
Inhouse-SEO,
Immonet GmbH



Anna-Lena Radünz,
Business
Development
Manager,
metapeople Gruppe

Informationen und Anmeldung unter www.onlinemarketingforum.de

Programm 2011

Frankfurt, 3. Mai 2011

Lindner Congress Hotel Frankfurt, Bolongarostraße 100,
65929 Frankfurt am Main

9:00 Begrüßung und Durchführung durch Ihre Moderatorin
Elke Häberle, Redaktion, INTERNET WORLD Business

Mobile Marketing

Online-Offline-Konvergenz – wie Sie das Smartphone als
Mittler zwischen digitaler und physischer Welt treffsicher in
Ihren Marketing-Mix integrieren

Bernd Lindemann, Geschäftsführer, digital mobil GmbH

Web-Analyse

Herausforderung Web-Formular – wie Sie Abbruchraten gezielt senken
Christian Bennefeld, Geschäftsführer, etracker GmbH

10:15-11:00 Kaffeepause und Besuch der Fachausstellung

Suchmaschinenoptimierung / Recht

SEO 2011 – nachhaltig und Google-konform
Philipp von Stülpnagel, Geschäftsführer, SUMO GmbH

Die effiziente Online Marketing-Strategie – mit SEO-Software
zur professionellen Suchmaschinenoptimierung

Thilo Heller, Director Sales, Searchmetrics GmbH

Online-Recht aktuell

Dr. Michael Rath, Rechtsanwalt, Fachanwalt für IT-Recht und Partner,
Luther Rechtsanwalts-gesellschaft mbH

12:45-13:45 Mittagessen und Besuch der Fachausstellung

Online Marketing Strategien

Kampagnenplanung und Online Marketing

Stefan J. Gaul, Managing Director, mobile.de Advertising

Scenario Based Marketing: Mehr als 200% Konversionsratensteigerung
durch automatisiertes und personalisiertes Follow Up jedes einzelnen
Kunden – vom ersten Kauf zum loyalen Kunden

Mieke De Ketelaere, Global Solution Expert, Selligent GmbH

Kundenfang im sozialen Netz oder Dialog auf Augenhöhe

Carlo Bewersdorf, Geschäftsführer Marketing,
Asstel Prokunde Versicherungskonzepte GmbH

Praxis

15:30-16:00 Kaffeepause und Besuch der Fachausstellung

Social Media

How to handle your Friends?

Benjamin Loos, Geschäftsführer, brandbutler GmbH & Co. KG

Von Gläsernen Marken & »Superpromotern« – Chancen im Social Web
erkennen und richtig nutzen

Bastian Verdel, Geschäftsführer und Steffen Engelhardt,
Superpromoter Consultant, Blauw Research GmbH

17:15 Ende der Veranstaltung

Düsseldorf, 4. Mai 2011

Radisson Blu Düsseldorf, Karl Arnold Platz 5, 40474 Düsseldorf

9:00 Begrüßung und Durchführung durch Ihre Moderatorin
Elke Häberle, Redaktion, INTERNET WORLD Business

E-Mail Marketing

E-Mail Marketing 3.0. – Seien Sie anders, aber richtig!

Sebrus Berchtenbreiter, Geschäftsführer, promio.net GmbH

Web-Analyse

Herausforderung Web-Formular – wie Sie Abbruchraten gezielt senken
Christian Bennefeld, Geschäftsführer, etracker GmbH

10:15-11:00 Kaffeepause und Besuch der Fachausstellung

Suchmaschinenoptimierung / Recht

SEO 2011 – nachhaltig und Google-konform

Philipp von Stülpnagel, Geschäftsführer, SUMO GmbH

Die effiziente Online Marketing-Strategie – mit SEO-Software zur
professionellen Suchmaschinenoptimierung

Thilo Heller, Director Sales, Searchmetrics GmbH

Werbung mit Google AdWords aus rechtlicher Sicht – Wie geht es weiter?

Dr. Sascha Abrar, LL.M., Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen
Rechtsschutz, Siebeke Lange Wilbert

12:45-13:45 Mittagessen und Besuch der Fachausstellung

Online Marketing Strategien

Kampagnenplanung und Online Marketing

Stefan J. Gaul, Managing Director mobile.de Advertising

Scenario Based Marketing: Mehr als 200% Konversionsratensteigerung
durch automatisiertes und personalisiertes Follow Up jedes einzelnen
Kunden – vom ersten Kauf zum loyalen Kunden

Mieke De Ketelaere, Global Solution Expert, Selligent GmbH

Social Media

Fan-Insights – die Grundlage moderner Markenkommunikation
bei Facebook

Univ.-Prof. Dr. Björn Ivens, Inhaber und
Philipp A. Rauschnabel, Wissenschaftlicher Mitarbeiter,
Lehrstuhl für Marketing, Otto-Friedrich-Universität Bamberg

15:30-16:00 Kaffeepause und Besuch der Fachausstellung

How to handle your Friends?

Benjamin Loos, Geschäftsführer, brandbutler GmbH & Co. KG

Mobile Marketing

Mobile Performance Marketing: Quo Vadis? – Herausforderungen,
Chancen und Potentiale für mobile Werbetreibende

Jascha Samadi, Geschäftsführer & Gründer, aprupt GmbH

Online-Offline-Konvergenz – wie Sie das Smartphone als
Mittler zwischen digitaler und physischer Welt treffsicher in
Ihren Marketing-Mix integrieren

Bernd Lindemann, Geschäftsführer, digital mobil GmbH

17:30 Abschlussdiskussion

Programmänderungen vorbehalten

www.onlinemarketingforum.de

Programm 2011

Hamburg, 12. Mai 2011

Lindner Park-Hotel Hagenbeck Hamburg, Hagenbeckstraße 150,
22527 Hamburg

9:00 Begrüßung und Durchführung durch Ihre Moderatorin
Elke Häberle, Redaktion, INTERNET WORLD Business

Trends im Online Marketing

Word of Mouth – das Online Marketing der Zukunft?
Torsten Panzer, Co-Founder & Managing Director, Buzzer Germany

Web-Analyse

Herausforderung Web-Formular – wie Sie Abbruchraten gezielt senken
Nora Beiteke, Account Managerin, etracker GmbH

10:15-11:00 Kaffeepause und Besuch der Fachausstellung

Suchmaschinenoptimierung

SEO 2011 – nachhaltig und Google-konform
Christian Mauer, Geschäftsführer, SUMO GmbH

Die effiziente Online Marketing-Strategie – mit SEO-Software
zur professionellen Suchmaschinenoptimierung
Thilo Heller, Director Sales, Searchmetrics GmbH

Linkbuilding Strategien 2011: Ausgewogene Linkbuildingstrategien
und Brandbuilding mit Mentions
Herbert Hartung, Geschäftsführer, isa-media GmbH

12:45-13:45 Mittagessen und Besuch der Fachausstellung

E-Mail Marketing

5 Schritte zur Optimierung Ihrer E-Mail-Kampagne
David Mermelstein, Head of Sales Online,
Schober Information Group Deutschland GmbH

Strategien

Product Search Optimization »Wie Sie das gesamte Potential
von Preissuchmaschinen und Produktportalen effektiv nutzen«
Tobias Dzubilla, Geschäftsführer, OnMaCon GmbH

Trends im Online Marketing

Mobile Marketing: Herausforderungen, Chancen und Potenziale
im Überblick
N.N.

15:30-16:00 Kaffeepause und Besuch der Fachausstellung

Social Media

Vom ROI zum ROE – In vier Schritten zur Social Media Strategie
Marco Luschnat, Geschäftsführer,
Ministry.BBS interactive communication GmbH

Social Media Marketing - Werbung trifft auf Realität
Norman Nielsen, Inhouse-SEO, Immonet GmbH

Praxis

17:15 Abschlussdiskussion

München, 18. Mai 2011

Holiday Inn Munich-City Centre, Hochstrasse 3, 81669 München

9:00 Begrüßung und Durchführung durch Ihre Moderatorin
Elke Häberle, Redaktion, INTERNET WORLD Business

Branding

Online Creativity and Customized Solutions – Branding im Web
Heiko Genzlinger, Stellvertretender Geschäftsführer und Commercial
Director, Yahoo! Deutschland

Web-Analyse

Herausforderung Web-Formular – wie Sie Abbruchraten gezielt senken
Olaf Brandt, Partner Manager, etracker GmbH

10:15-11:00 Kaffeepause und Besuch der Fachausstellung

Suchmaschinenoptimierung

SEO 2011 – nachhaltig und Google-konform
Christian Mauer, Geschäftsführer, SUMO GmbH

Die effiziente Online Marketing-Strategie – mit SEO-Software zur
professionellen Suchmaschinenoptimierung
Thilo Heller, Director Sales, Searchmetrics GmbH

SEO-Tools: Erkennen von KPIs und Potenzialen bei der
Suchmaschinenoptimierung
Sören Bendig, Geschäftsführer/ CEO, SEOLytics GmbH

12:45-13:45 Mittagessen und Besuch der Fachausstellung

Strategien / Usability / Targeting

Product Search Optimisation „Wie Sie das gesamte Potential von
Preissuchmaschinen und Produktportalen effektiv nutzen“
Tobias Dzubilla, Geschäftsführer, OnMaCon GmbH

Internationale Web-Usability – Der Online-Globalisierung auf der Spur
Ralph Hinderberger, Geschäftsführer, Usability People International GmbH
Werbekontakt und Dialog verbinden - mit semantischem Targeting treff-
sicher und nachhaltig Zielgruppen erreichen und Markenwerte schaffen
Torsten Engelken, Geschäftsführer, ad pepper media GmbH

»Targeting - Recommendation - Interaction« - der Weg zu einer
erhöhten Werbewahrnehmung durch die Freiwilligkeit des Kontaktes
Marc-Oliver Michel, Head of Ad-Sales, plista GmbH

16:00-16:30 Kaffeepause und Besuch der Fachausstellung

E-Mail Marketing / Mobile Marketing

5 Schritte zur Optimierung Ihrer E-Mail-Kampagne
David Mermelstein, Head of Sales Online, Schober Information Group
Deutschland GmbH

Mobile Performance Marketing: Quo Vadis? – Herausforderungen,
Chancen und Potentiale für mobile Werbetreibende
Jascha Samadi, Geschäftsführer & Gründer, apprapt GmbH

Online-Offline-Konvergenz – wie Sie das Smartphone als
Mittler zwischen digitaler und physischer Welt treffsicher in
Ihren Marketing-Mix integrieren

Bernd Lindemann, Geschäftsführer, digital mobil GmbH

17:30 Abschlussdiskussion

Programmänderungen vorbehalten

www.onlinemarketingforum.de

Intensiv-Workshops

Workshops in Frankfurt *

Workshop 1 – 11:00 bis 12:30 Uhr

**Sind Sie interessiert, einen Workshop zu leiten?
Dann melden Sie sich gerne bei mir:
089 / 741 17 256 oder nicole.ruedlin@nmg.de**

Workshop 2 – 13:45 bis 15:30 Uhr

SEO für große Websites

- Nutzung der Google Kanäle (Universal Search)
- Herausforderungen großer Websites im SEO und wie man sie löst: Informationsarchitektur, Linkbuilding Taktiken und Linkdistribution – SEO Taktiken für bessere Rankings von großen Shops und Themensites.

Herbert Hartung, Geschäftsführer, isa-media GmbH

Workshops in Düsseldorf *

Workshop 1 – 11:00 bis 12:45 Uhr

S-Commerce ist heute: Wer heute nicht auf Social-Commerce setzt, wird in der Zukunft nicht überleben

- Die Basis jeder Social Commerce Strategie, ist die Fähigkeit, einen Nutzen aus sozialer Interaktion zu ziehen. Dadurch können Engagements im Social Web monetarisiert und ein Social-Media ROI gezogen werden. Das Social Web ruft als Advocacy-Activator einen Auslöser für Fürsprache hervor und verbessert so den Kaufprozess des Kunden, vom Erfahrungsbericht, über die Produktsuche bis zur Produktauswahl und final auch der Weiterempfehlung, erheblich stärker als mit anderen Marketing Maßnahmen.

Anna-Lena Radünz, Business Development Manager, metapeople Gruppe

Workshop 2 – 13:45 bis 15:30 Uhr

All about links – 70% des SEO Erfolgs liegen im Linkbuilding

- Aktuelle Strategien im Linkbuilding: Google Brandbuilding mit Mentions. Do´s & Dont´s im Linkbuilding – Effektives Linkbuilding – Linkresearch

Herbert Hartung, Geschäftsführer, isa-media GmbH

Workshops in Hamburg *

Workshop 1 – 11:00 bis 12:45 Uhr

**Sind Sie interessiert, einen Workshop zu leiten?
Dann melden Sie sich gerne bei mir:
089 / 741 17 256 oder nicole.ruedlin@nmg.de**

Workshop 2 – 13:45 bis 15:30 Uhr

SEO: Erfolgreiche Suchmaschinenoptimierung

- OnSite: Die Optimierung der Website als grundlegender Baustein des SEO
- Keyword-Recherche und Analyse
- Content-Optimierung: Wie Sorge ich für interessante Inhalte auf meiner Website
- OffSite / Linkpopularität: Wege zu einem qualifizierten Link-Building
- Universal Search

*Jan Schweder, Teamleiter + Technischer Leiter
trafficmaxx – Online Marketing Services / konstruktiv GmbH*

Workshops in München *

Workshop 1 – 11:00 bis 12:45 Uhr

S-Commerce ist heute: Wer heute nicht auf Social-Commerce setzt, wird in der Zukunft nicht überleben

- Die Basis jeder Social Commerce Strategie, ist die Fähigkeit, einen Nutzen aus sozialer Interaktion zu ziehen. Dadurch können Engagements im Social Web monetarisiert und ein Social-Media ROI gezogen werden. Das Social Web ruft als Advocacy-Activator einen Auslöser für Fürsprache hervor und verbessert so den Kaufprozess des Kunden, vom Erfahrungsbericht, über die Produktsuche bis zur Produktauswahl und final auch der Weiterempfehlung, erheblich stärker als mit anderen Marketing Maßnahmen.

Anna-Lena Radünz, Business Development Manager, metapeople Gruppe

Workshop 2 – 13:45 bis 15:30 Uhr

SEO für große Websites

- Nutzung der Google Kanäle (Universal Search)
- Informationsarchitektur, Linkbuilding Taktiken und Linkdistribution – SEO Taktiken für bessere Rankings von großen Shops und Themensites.

Herbert Hartung, Geschäftsführer, isa-media GmbH

* begrenzt auf 25 Teilnehmer, Vorabregistrierung notwendig. Es werden keine Anbieter/Agenturen zugelassen.

Die Konferenz für Trends im Online Marketing



Internet World
Fachmesse & Kongress
12.-13. April 2011, München

ICM – Internationales Congress Centrum München

Fachmessebesuch
kostenfrei!
Jetzt registrieren!



www.internetworld-messe.de/anmeldung

Wer sollte teilnehmen?

Das Online Marketing Forum richtet sich an Online Marketing Leiter, Online Marketing Manager, E-Commerce Leiter und Geschäftsführer aus mittelständischen bis Großunternehmen aller Branchen.

Teilnahmegebühr und Leistungen

Die Teilnahmegebühr für die eintägige Konferenz beträgt € 249,- zzgl MwSt.

In der Teilnahmegebühr sind enthalten

- Besuch der Vorträge, Workshops und der begleitenden Fachausstellung
- Gemeinsames Mittagessen und Kaffeepausen
- Zugang zum Download der Vorträge nach der Konferenz

Sponsoren:



Veranstalter:

Neue Mediengesellschaft
Ulm mbH | Kongresse & Messen

internet
WORLD BUSINESS

Anmeldung Online Marketing Forum

Bitte ausschneiden und zurücksenden per Fax an: +49 (0) 89 74117-448

Anmeldung auch im Internet unter www.onlinemarketingforum.de/anmeldung

Ja, ich bestelle ein Tages-Ticket für das Online Marketing Forum Frühjahr 2011 zum Preis von € 249,- zzgl. MwSt.

Mitglieder unserer Partnerverbände bzw. Leser und Newsletter-Abonnenten unserer Medienpartner erhalten das Tages-Ticket zum Preis von nur € 199,- zzgl. MwSt.

(Falls Ihnen der Code nicht vorliegt, setzen Sie sich bitte mit Ihrem Verlag oder Verband in Verbindung)

Bitte kreuzen Sie den Ort und Termin an, an dem Sie am Online Marketing Forum teilnehmen möchten:

- Frankfurt 3. Mai 2011** **Hamburg 12. Mai 2011**
 Düsseldorf 4. Mai 2011 **München 18. Mai 2011**



Online anmelden:
www.onlinemarketingforum.de

Per Fax:
+49 (0)89 74117-448

Per Post:
Neue Mediengesellschaft
Ulm mbH
Kongresse & Messen
Stefanie Schmid
Bayerstraße 16a
80335 München

Teilnahmebedingungen / AGBs

- 1. Anmeldung**
Wir bestätigen Ihre Anmeldung per E-Mail.
- 2. Zahlungsbedingungen**
Der Rechnungsbetrag ist 14 Tage nach Erhalt der Rechnung, spätestens am Tag des Besuchs der ersten gebuchten Veranstaltung fällig und ab dann mit 8 %-Punkten über dem Basiszinssatz zu verzinsen.
- 3. Leistungserbringung und Rücktrittsvorbehalt**
Wir behalten uns vor, inhaltliche und zeitliche Änderungen im Veranstaltungsprogramm und bei der Besetzung der Referenten vorzunehmen. NMG ist berechtigt vom Vertrag zurückzutreten, wenn die für eine wirtschaftliche Durchführung der Veranstaltung erforderliche Zahl an Ausstellern und Sponsoren nicht erreicht wird, der Hauptveranstalter die Veranstaltung nicht durchführt oder sonstige nicht im Verantwortungsbereich der NMG liegende Gründe vorliegen, die die Durchführung der Veranstaltung unmöglich machen. In diesem Falle wird der Besucher unverzüglich benachrichtigt und die bereits geleistete Zahlung unverzüglich erstattet. Weitergehende Ansprüche des Besuchers sind ausgeschlossen, soweit NMG nicht Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit zur Last liegt.
- 4. Stornierung/Umbuchung**
Sie können ihre Anmeldung nur bis 30 Tage vor Beginn der Veranstaltung stornieren; bereits entrichtete Teilnahmegebühren werden in diesem Fall innerhalb von 30 Tagen rückerstattet. Die Stornierung hat schriftlich an Neue Mediengesellschaft Ulm mbH, Bayerstrasse 16a, D-80335 München oder per Fax an +49 (0)89-74117-448 zu erfolgen. Die Benennung eines Ersatzteilnehmers ist jederzeit kostenfrei möglich.
- 5. Datenschutzhinweise**
Wir weisen darauf hin, dass personenbezogene Daten des Ausstellers nach den Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) sowie des Telemediengesetzes (TMG) erhoben, verarbeitet und genutzt werden. Alle über unsere Webseite erhobenen personenbezogenen Daten werden entsprechend den gesetzlichen Vorgaben behandelt und nicht an Dritte weitergegeben. Externe Dienstleister, die in unserem Auftrag Daten verarbeiten, sind ebenfalls den gesetzlichen Vorschriften verpflichtet, gelten jedoch nicht als Dritte. Ihre bei der Anmeldung erhobenen personenbezogenen Daten werden an die Aussteller und Sponsoren der von uns durchgeführten Veranstaltungen weitergegeben. Von dort können Sie weiterführende Marketinginformationen erhalten. Wir machen Sie auf Ihr Widerrufsrecht gegen die Speicherung und Verwendung Ihrer personenbezogenen Daten zu Werbe- und Marketingzwecken aufmerksam. Sie können Ihre Einwilligung zur Verwendung Ihrer persönlichen Daten zu den vorgenannten Zwecken jederzeit für die Zukunft widerrufen. Hierzu genügt eine E-Mail an kongressinfo@nmg.de oder eine Mitteilung in Textform (Fax, Brief) an uns.

Anrede	<input type="checkbox"/> Herr	<input type="checkbox"/> Frau	Code (falls vorhanden)
Vorname*	Nachname*		
Position	Firma*		
Straße, Nr.*	PLZ/Ort*		
Land *	Telefon*		
Fax	E-Mail*		

* Pflichtfelder

Hiermit melde ich mich zu der vorgenannten Veranstaltung an und bestätige, dass ich die AGBs gelesen habe und akzeptiere.

Ort, Datum*	Unterschrift*
-------------	---------------

Wir machen Sie ausdrücklich auf Ihr Widerrufsrecht gegen die Speicherung und Verwendung Ihrer personenbezogenen Daten zu Werbe- und Marketingzwecken aufmerksam. Sie können Ihre Einwilligung zur Verwendung Ihrer persönlichen Daten zu den vorgenannten Zwecken jederzeit für die Zukunft widerrufen. Hierzu genügt eine E-Mail an kongressinfo@nmg.de oder eine Mitteilung in Textform (Fax, Brief) an die vorstehend genannte Adresse.

Ja, senden Sie mir kostenlos die nächsten 4 Ausgaben der vierzehntäglichen erscheinenden Fachzeitung INTERNET WORLD Business.

Teil des Heftabonnements ist der zweimal täglich erscheinende Newsletter, welcher Sie mit dem Aktuellsten aus den Bereichen Online-Marketing, E-Commerce, Online-Recht und Internet-Technik sowie Personalien rund ums Web beliefert.**

internet
WORLD BUSINESS

** Soll sich das Probeabonnement nicht in ein reguläres Abonnement umwandeln, teilen Sie uns das bitte bis spätestens 10 Tage nach Erhalt der vierten Ausgabe schriftlich mit. Ein Abonnement umfasst 26 Ausgaben der Fachzeitung INTERNET WORLD Business pro Jahr. Sie erhalten das INTERNET WORLD Business Abo zum Vorzugspreis von z.Zt. 4,50 Euro je Ausgabe oder 107,00 Euro im Jahr jeweils inklusive MwSt. und Versand. In Österreich betragen die entsprechenden Preise 5,20 Euro je Ausgabe oder 123,80 Euro im Jahr, in der Schweiz 9,00 Franken bzw. 214,20 Franken im Jahr. Die Rechnungsstellung erfolgt halbjährlich (D: 53,50 Euro, A: 61,90 Euro, CH: 107,10 Franken). Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn es nicht sechs Wochen vor Ablauf der Bezugszeit schriftlich gekündigt wird.