

Digital Marketing AKADEMIE

30. Juni und 01. Juli 2010, München



Acht
Kompakt-
seminare

Online Marketing

- **SEO Management**
- **SEM Management**
- **Conversion Management**
- **Display**
Kampagnenplanung

Social Media Marketing

- **Facebook Marketing**
- **Social Media Monitoring**
- **Viral Marketing**
- **Unternehmenskommunikation
im Internet**

www.dima-akademie.de

Initiative

Veranstalter

 **Online
Strategie
WORLD**

KongressMedia
Driving Business Innovation

Digital Marketing AKADEMIE

Mittwoch, 30. Juni, Vormittag

SEO Management

Identifikation und Steuerung des Wertbeitrages
von Suchmaschinen Optimierung

Wolfgang A. Büscher, Visionomic Consulting Seite 04

Unternehmenskommunikation im Internet

Leitfaden und Erfolgsfaktoren für einen konstruktiven
Zugang zum Social Web

Tapio Liller, Oseon Conversations Seite 05

Mittwoch, 30. Juni, Nachmittag

SEM Management

Analyse und Optimierung am Beispiel Google Adwords

Wolfgang A. Büscher, Visionomic Consulting Seite 06

Social Media Monitoring

Systematisches Zuhören als Basis für eine nachhaltige
Social Media Strategie

Björn Ognibeni, Practical Visionary Seite 07

Donnerstag, 01. Juli, Vormittag

Conversion Management

Ziel- und ergebnisorientierte Optimierung des Online-Angebots

Wolfgang A. Büscher, Visionomic Consulting Seite 08

Facebook Marketing

Herausforderungen und Gestaltungsmöglichkeiten für
das Marketing via Facebook

Dr. Andreas Bersch, Berliner Brandung Seite 09

Donnerstag, 01. Juli, Nachmittag

Display Kampagnenplanung

Analyse und Optimierung des Ressourcen-Einsatzes

Ralf Scharnhorst, Scharnhorst Media Seite 10

Viral Marketing

Herausforderungen und Gestaltungsparameter viraler Kampagnen

Björn Ognibeni, Practical Visionary Seite 11

Kurze Innovationszyklen, nahezu unbegrenzte Möglichkeiten und wachsender Wettbewerb: Der Bereich Online Marketing stellt hohe Anforderungen an alle Beteiligten im Unternehmen. Dabei muss einerseits das klassische Digitalmarketing optimiert werden, andererseits sehen sich Unternehmen einer hohen Innovationsgeschwindigkeit im Bereich Web 2.0 gegenüber. All dies gilt es meist mit stark begrenzten Zeit- und Budget-Ressourcen zu bewältigen.

Wer unter diesen Voraussetzungen dauerhaft erfolgreich sein will, muss die Potenziale einzelner Instrumente und Konzepte schnell erkennen, um fundierte Entscheidungen treffen zu können. Mit der Digital Marketing Akademie bieten wir Professionals aus dem Online-Bereich einen schnellen und praxisorientierten Zugriff auf entsprechendes Know-How.

Die Seminarleiter



Dr. Andreas Bersch
General Manager, Berliner Brandung

Dr. Andreas Bersch gründete 2008 die Berliner Brandung GmbH, die zu Europas führenden Full Service Agenturen im Bereich Social Media Marketing gehört. Sie wird von Facebook im Rahmen des Programms „Preferred Developer Consultant“ für Connect Anwendungen empfohlen.



Wolfgang A. Büscher
Geschäftsführer, Visionomic Consulting

Wolfgang A. Buescher arbeitet seit 2002 als selbstständiger Berater im Bereich Online-Kommunikation. Seit 2007 betreut er im Rahmen der von ihm gegründeten Hamburger Unternehmensberatung Visionomic Consulting Web-Anbieter aus dem Bereich E-Commerce und E-Media hinsichtlich Online Marketing-Mangement, -Controlling und -Optimierung.



Tapio Liller
Managing Director, Oseon Conversations

Tapio Liller begleitet Unternehmen auf ihrem Weg ins Social Web und entwickelt Kommunikationsstrategien, die dem Medienwandel Rechnung tragen. Seine Agentur Oseon Conversations verbindet bewährte PR-Instrumente mit einem Beratungs- und Coaching-Angebot für digitale Kommunikation.



Björn Ognibeni
Freier Berater, Practical Visionary

Als freier Berater beschäftigt sich Björn Ognibeni seit Jahren mit der Frage, welcher Einfluss von der Verbreitung des Internets auf die Gesellschaft ausgeht und welche Folgen dies für Marketing und Kommunikation hat. Er war u. a. am „Horst Schlämmer Blog“ für Volkswagen beteiligt, der bis heute erfolgreichsten Viral Marketing Kampagne in Deutschland.



Ralf Scharnhorst
Inhaber, Scharnhorst Media

Ralf Scharnhorst war 1996 einer der ersten Online-Mediaplaner in Deutschland. Nach Stationen bei SinnerSchrader und dem Media-Agentur-Netzwerks Havas Digital / Media Contacts / MPG gründete er 2008 die Agentur Scharnhorst Media, die für Werbungtreibende neue Werbeformen und absatzsteigernde Strategien entwickelt.

Kompaktseminar Online Marketing

SEO Management

Identifikation und Steuerung des Wertbeitrages von Suchmaschinen Optimierung

Gute Positionen im organischen Index von relevanten Suchmaschinen sind für die meisten Online Anbieter eine unverzichtbare Traffic Quelle. Trotzdem bleiben die tatsächlichen Wirkungszusammenhänge zwischen Optimierungs-Aktivitäten und Listing-Position ebenso häufig unklar wie der konkrete Wertbeitrag von Suchmaschinen Optimierung.

Das Seminar zeigt, wie man aus der Kombination von SEO und Web Analytics wichtige Leistungsdaten ermittelt und Optimierungsmöglichkeiten zur Steigerung des SEO Wertbeitrages erkennt. Weiterhin wird dargestellt, welche konkreten Erfolgsfaktoren prägend für die individuellen Messdaten sind und wie diese im Rahmen eines kontinuierlichen Prozesses optimiert werden können.

Key Learnings

- Erkennen und Verstehen der wesentlichen Erfolgsfaktoren von Suchmaschinen Optimierung
- Messen und Bewerten des Erfolgsbeitrags von Suchmaschinen Marketing
- Diagnose von Schwachstellen und Optimierungspotenzialen im SEO Prozess



Seminarleitung

Wolfgang A. Büscher

Geschäftsführer, Visionomic Consulting

Agenda

- 09:00 Einführung und Vorstellungsrunde
- 09:15 **Grundlagen: Darum ist SEO so wichtig – SEO als strategisches Instrument**
- 09:45 **Erfolgsfaktor Keyword-Set Management: Mit den richtigen Keywords die wirklich relevanten Nutzer ansprechen**
- 10:30 **Status-Check: SEO Erfolgsfaktoren erkennen und erfolgreich beeinflussen**
- 11:00 Kaffeepause
- 11:15 **SEO KPIs: On-Site-Leistungskennzahlen messen und optimieren**
- 12:00 **Zukünftige Herausforderungen im SEO Bereich: Universal Search, lokale und personalisierte Suche**
- 12:30 Gemeinsames Mittagessen

Kompaktseminar Social Media Marketing

Unternehmenskommunikation im Internet Leitfaden und Erfolgsfaktoren für einen konstruktiven Zugang zum Social Web

Das Web 2.0 hat die Kommunikationslandschaft verändert: Neben Marketern und PR-Leuten nehmen die Konsumenten selbst eine aktive Rolle in der öffentlichen Meinungsbildung ein. Social Media wie Facebook, Twitter, Blogs und mobile Dienste sind ihre Werkzeuge. Der vormals stumme Rezipient kann sich Gehör verschaffen und die Positionen eines Unternehmens öffentlich in Frage stellen. Genauso kann er aber auch zum Fürsprecher in seinem persönlichen Netzwerk werden. Die Menschen suchen das Gespräch mit Unternehmen - jetzt ist es an der Unternehmenskommunikation, dafür die Voraussetzungen zu schaffen.

Das Seminar diskutiert in komprimierter Form, mit welchen Veränderungen die Unternehmenskommunikation zurecht kommen muss und bietet einen Einstieg in die Gestaltungsmöglichkeiten dialogischer Kommunikation im Internet.

Key Learnings

- Überblick zu den Veränderungen der digitalen Unternehmenskommunikation
- Vorstellung und Diskussion von Leitfragen für einen systematischen Zugang zur Kommunikation im Social Web
- Diskussion von kritischen Gestaltungs- und Erfolgsfaktoren



Seminarleitung

Tapio Liller

Managing Director, Oseon Conversations

Agenda

- 09:00 Einführung und Vorstellungsrunde
- 09:15 **Unternehmenskommunikation und „Volkes Stimme“ – Spannungsfelder und Potenziale**
- 10:00 **Leitfaden für einen konstruktiven Zugang zu dialogischer Online-Kommunikation**
- 11:00 Kaffeepause
- 11:15 **Gestaltungsfaktoren: Inhalte & Relevanz, Sprache & Authentizität, Prozesse & Reaktionsfähigkeit, Community & Karma**
- 12:00 **Diskussion zu offenen Fragen**
- 12:30 Gemeinsames Mittagessen

Weitere Informationen und Anmeldung unter

www.dima-akademie.de

Kompaktseminar Online Marketing

SEM Management

Analyse und Optimierung am Beispiel Google Adwords

Durch einen schärfer werdenden Wettbewerb um die besten Suchmaschinen-Positionen wachsen die Anforderungen an die Verantwortlichen. Wer trotz steigender Klickpreise und scharfer Konkurrenz um die Aufmerksamkeit der Nutzer erfolgreich sein will, braucht intelligente Konzepte und leistungsfähige Reporting-Mechanismen. Aber erst aus einem kontinuierlichen Optimierungsprozess heraus werden die Potenziale von Suchmaschinen-Anzeigen bestmöglich genutzt und das verfügbare Budget maximal ausgeschöpft.

Das Seminar stellt daher neben den Grundlagen zunächst die wichtigsten Leistungskennzahlen vor und zeigt auf, welche Einflussfaktoren für diese bestimmend sind. Dazu wird dargestellt, wie schon vor Kampagnenstart eine Planung realisiert werden kann und wie eine integrierte Betrachtung bis zum tatsächlichen Kauf eines neugewonnenen Kunden zum nachhaltigen Kampagnenerfolg führt.

Key Learnings

- Verstehen, Interpretieren und Bewerten der relevanten Leistungskennzahlen von SEM Kampagnen
 - Kenntnis der Optimierungswege und -konzepte
 - Fähigkeit zur Koordination von SEM und SEO
-



Seminarleitung
Wolfgang A. Büscher
Geschäftsführer, Visionomic Consulting

Agenda

- 13:30 Einführung und Vorstellungsrunde
- 13:45 **Grundlagen und Kennzahlen von Suchmaschinen Kampagnen**
- 14:30 **Keyword-Set Management als Erfolgsfaktor**
- 15:15 Kaffeepause
- 15:45 **Optimierungsschritte und -verfahren am Beispiel Google Adwords**
- 16:15 **Weiterführende Analyse und Optimierung: Landing Pages und Conversions**
- 17:00 **Ausblick: Weiterführende Verfahren wie Dynamic Keyword Insertion und Bid Management**
- 17:30 Ende des ersten Veranstaltungstages

Kompaktseminar Social Media Marketing

Social Media Monitoring

Systematisches Zuhören als Basis für eine nachhaltige Social Media Strategie

Zuhören und auf den Dialog eingehen – das sind gute erste Schritte hin zu einer zeitgemäßen digitalen Kommunikation. Um im dezentralen Social Web effektiv und effizient den Überblick über die dort laufenden Gespräche zu behalten, bedarf es eines umfassenden Erfassungs- und Analysekonzeptes. Verschiedene Methoden, Werkzeuge und Dienste bieten zahlreiche Ansätze für diese Problemstellung.

Das Seminar erklärt die Herausforderungen und Konzeptansätze für das Monitoring des Social Webs und bietet einen Überblick über die verfügbaren Tools. Diskutiert werden auch mögliche Reaktionen auf gefundenes Feedback. Außerdem erhalten die Teilnehmer Gelegenheit, praktische Erfahrungen im Umgang mit Tools zum Social Media Monitoring zu sammeln.

Key Learnings

- Diskussion und Überblick zu Veränderungen in der Unternehmens- und Markenkommunikation
- Einführung in konzeptionelle Bausteine von dialog-orientierten Kommunikationskonzepten
- Aufsetzen eines persönlichen Social Media Monitoring Toolsets vor Ort mit frei verfügbaren Diensten



Seminarleitung

Björn Ognibeni

Freier Berater, Practical Visionary

Agenda

- 13:30 Einführung und Vorstellungsrunde
- 13:45 **Herausforderungen des Social Web für Marketing & Kommunikation**
- 14:45 **Ziele & Optionen für ein Social Media Monitoring**
- 15:15 Kaffeepause
- 15:45 **Übersicht frei verfügbarer Monitoring Tools**
- 16:45 **Praktischer Einsatz von Social Media Monitoring**
- 17:30 Ende des ersten Veranstaltungstages

Weitere Informationen und Anmeldung unter

www.dima-akademie.de

Kompaktseminar Online Marketing

Conversion Management

Ziel- und ergebnisorientierte Optimierung des Online-Angebots

Zahlreiche Online-Angebote arbeiten mit hohem Ressourcenaufwand an der Gewinnung neuer Nutzer. Aber erst, wenn aus interessierten Nutzern auch tatsächlich Kunden werden, entsteht eine nachhaltige Wertschöpfung.

Das Seminar erklärt die grundlegende Funktionsweise dieses als Conversion Management bezeichneten Konzepts, vermittelt die relevanten Optimierungsstrategien und demonstriert praxisnah, wie eine nachhaltige Entwicklung der Konversionsrate erreicht werden kann.

Key Learnings

- Grundverständnis über Konzepte, Verfahren und Einzelschritte der Conversion Optimierung
- Kennen und Interpretieren der wichtigsten Kennzahlen
- Verstehen der wichtigen Erfolgsfaktoren und Wirkungszusammenhänge
- Fähigkeit zur projektindividuellen Entwicklung und Implementierung eines Optimierungsprozesses



Seminarleitung
Wolfgang A. Büscher
Geschäftsführer, Visionomic Consulting

Agenda

- 09:00 Einführung und Vorstellungsrunde
- 09:15 **Einleitung: Zur Bedeutung von nachhaltigem Conversion Management**
- 09:45 **Grundlagen: Zielsetzungen von Web Angeboten, Definition und Implementierung von Conversions**
- 10:30 **Erfolgsfaktoren: Userverständnis, Vertrauen und Nutzwert**
- 11:00 Kaffeepause
- 11:15 **Macro-Conversion: Trichter- und Pfadanalysen, Traffic-Segmentierung, Kosten pro Conversion**
- 11:45 **Micro-Conversion: Landing-Pages, Absprungraten, Formulare**
- 12:15 **Messung und Optimierung auf Kosten- und Erlösbasis**
- 12:30 Gemeinsames Mittagessen

Kompaktseminar Social Media Marketing

Facebook Marketing

Herausforderungen und Gestaltungsmöglichkeiten für das Marketing via Facebook

Als weltweit größtes Social Network mit einer Teilnehmerzahl fast so groß wie die Bevölkerung von China, ist die Relevanz von Facebook nicht mehr unter den Tisch zu kehren. Als Plattform bietet Facebook auch zahlreiche Gestaltungsmöglichkeiten für das Marketing von Unternehmen. Dabei ist mit dem klassischen Sender-Empfänger Modell zu brechen und in neuen Paradigmen zu denken, um die Potentiale auszuschöpfen.

Das Seminar bietet einen grundlegenden Überblick zu den Herausforderungen und Gestaltungsmöglichkeiten des Marketings über Facebook.

Key Learnings

- Chancen und Herausforderungen für die Marketing Aktivität über Facebook
- Gestaltungsmöglichkeiten und Treiber für das Marketing via Facebook
- Profil, Gruppe oder Fanpage – was ist das geeignete Konzept?
- Nützliche Apps und Tools für das Marketing
- Gestaltungsparameter beim Einsatz von Facebook Apps für das Marketing



Seminarleitung

Dr. Andreas Bersch

General Manager, Berliner Brandung

Agenda

- 09:00 Einführung und Vorstellungsrunde
- 09:15 **Chancen & Herausforderungen beim Facebook Marketing**
- 10:00 **Gestaltungsmöglichkeiten**
- 11:00 Kaffeepause
- 11:15 **Überblick zu Apps und Tools für das Facebook Marketing**
- 12:00 **Gestaltungsparameter beim Einsatz von Facebook Apps für das Marketing**
- 12:30 Gemeinsames Mittagessen

Weitere Informationen und Anmeldung unter

www.dima-akademie.de

Kompaktseminar Online Marketing

Display Kampagnenplanung

Analyse und Optimierung des Ressourcen-Einsatzes

Banner Marketing wird durch wachsende Reichweiten, intelligente Technologien zur Reduzierung von Streuverlusten und attraktive Preismodelle zunehmend interessanter. Oft stellt es eine gezielte Ergänzung zu SEM- oder Abverkaufskampagnen dar. Wer auf Basis dieser Möglichkeiten gezielt in die Entwicklung seiner Marke und den Aufbau von Reichweite in der relevanten Zielgruppe investieren möchte, trifft jedoch auf einen stark diversifizierten Markt mit einer großen Zahl unterschiedlicher Tools, Anbieter und Gestaltungsmöglichkeiten.

Das Seminar zeigt die grundlegenden Vorgehensweisen und Erfolgspotenziale, benennt die wichtigsten Anbieter und erklärt, wie man durch intelligente Branding Strategien eine bestmögliche Budgetnutzung erreicht.

Key Learnings

- Potenziale von Banner-, Display- und Placement-basierten Werbeformen für das eigene Projekt einschätzen
- Kenntnis der wichtigsten Grundzusammenhänge, Erfolgsfaktoren, Tools und Anbieter
- Fähigkeit zur Budgetplanung sowie zur Leistungs- und Qualitätsbeurteilung entsprechender Kampagnen



Seminarleitung
Ralf Scharnhorst
Inhaber, Scharnhorst Media

Agenda

- 13:30 Einführung und Vorstellungsrunde
- 13:45 **Grundlagen: Werbeformen, Marktstruktur, Abrechnungsformen, Tools und Verfahren im Banner- und Display-Advertising**
- 14:30 **Potenzialanalyse und Budgetplanung: Ist Banner Marketing ein sinnvolles Instrument für Ihre individuelle Zielsetzung?**
- 15:15 Kaffeepause
- 15:45 **Varianten der Mediaplanung als Erfolgsfaktor: Der Weg zur passenden Zielgruppe**
- 16:15 **Leistungskennzahlen und Erfolgsfaktoren von Bannerkampagnen**
- 17:00 **Messung und Optimierung der Kampagnen**
- 17:30 Ende der Veranstaltung

Kompaktseminar Social Media Marketing

Viral Marketing

Herausforderungen und Gestaltungsparameter viraler Kampagnen

Das Social Web und der vernetzte Konsument bieten ganz neue Möglichkeiten für Empfehlungs- und Mundpropaganda-Marketing. Sei es beim Gestalten von Produkten, der Verbreitung von Markenbotschaften oder dem Aufbau von Kunden-Communities – es gibt vielfältige Konzeptansätze, um virale Effekte zu erzielen.

Im Rahmen des Seminars werden zunächst die verschiedenen Optionen hierfür vorgestellt. Am Beispiel von viraler Werbung wird dann konkret erläutert, was in der Praxis funktioniert und wo mit Mythen und Vorurteilen aufgeräumt werden muss. Dabei liegt der Fokus auf Regeln für die Gestaltung von viralem Content und möglichen Wegen zu dessen Verbreitung. Anhand eines konstruierten Fallbeispiels wird das Gelernte praktisch durchgespielt und diskutiert.

Key Learnings

- Konzeptiondimensionen des viralen Marketings
- Grundlagen zu viraler Werbung: Content, Seeding, Tracking & Budgets
- Erarbeitung eines Grobkonzeptes am Fallbeispiel



Seminarleitung

Björn Ognibeni

Freier Berater, Practical Visionary

Agenda

- 13:30 Einführung und Vorstellungsrunde
- 13:45 **Ansätze für echtes virales Marketing**
- 14:15 **Grundlagen zur Konzeption und Durchführung viraler Kampagnen**
- 15:15 Kaffeepause
- 15:45 **Beispiele & Cases**
- 16:15 **Bearbeitung einer Fallstudie**
- 17:30 Ende der Veranstaltung

Weitere Informationen und Anmeldung unter

www.dima-akademie.de

Digital Marketing AKADEMIE

Eckdaten

Acht Kompaktseminare zum digitalen Marketing
Mittwoch, 30. Juni 2010, 09.00 Uhr bis 17.30 Uhr
Donnerstag, 01. Juli 2010, 09.00 Uhr bis 17.30 Uhr

Veranstaltungsort

Regus Business Center Schwabing
Elisabethstr. 91
80797 München
Telefon: 49 89 5908-0

Teilnahmeleistungen

- Besuch der gewählten Seminare
- Unterlagen der gewählten Seminare
- Teilnahmezertifikat
- Mittagessen vor bzw. nach den gewählten Seminaren
- Kaffeepausen während der gewählten Seminare

Teilnahmekosten

Die Teilnahmekosten sind abhängig vom Buchungsdatum

Buchungsdatum	bis 21.06.10	ab 22.06.10
Komplett, alle 4 Seminare	€ 1.090,-	€ 1.190,-
1 Seminar (halber Tag)	€ 490,-	€ 590,-
2 Seminare (2 halbe Tage)	€ 790,-	€ 890,-
3 Seminare (3 halbe Tage)	€ 990,-	€ 1.090,-

Alle Preise zzgl. Mehrwertsteuer.

Für Komplettbucher ist ein Wechsel zwischen den einzelnen Seminaren jederzeit möglich.

Kontakt

Für alle Fragen zur Digital Marketing AKADEMIE stehen Ihnen Alfred Dietl und Robert Widl gerne zur Verfügung. Telefon + 49 89 523 503 58 oder Email service@kongressmedia.de

Weitere Informationen und Anmeldung unter
www.dima-akademie.de

© Kongress Media GmbH
Knorrstr. 85 • 80807 München
Telefon 089 2000 1463
Telefax 089 2000 1464
service@kongressmedia.de
www.kongressmedia.de

© Online Strategie WORLD
ist eine geschützte Marke der
Kongress Media GmbH

KongressMedia
Driving Business Innovation