

DMX Austria 2010 – CONFERENCE ARENA*

27. April 2010

Moderation: Mag. Florian Zelmanovics-Perl, COO, DRAFTFCB (10.00h – 13.00h)

09.30h – 10.00h

Panel powered by DMVÖ

Verstehen Sie die Generation Facebook? Dialog Marketing 3.0

Finden Sie sich im virtuellen Leben zurecht oder haben Sie den Anschluss an die digitale Gesellschaft verloren? Der DMVÖ (Dialog Marketing Verband Österreich) präsentiert **Dialog Marketing 3.0**. Spricht man heute mit der Zielgruppe mobil? Was sind die **Trends im Online- und Performance-Marketing**? Und was ist eigentlich Social Media? Experten der digitalen Wertschöpfungskette geben einen **Überblick über den österreichischen Markt, internationale Trends** und Entwicklungen und veranschaulichen **Effizienz und Nutzen** moderner Kommunikationsmaßnahmen.

- „**Erfolgreiches Dialog Marketing** ist heute immer crossmedial. Das jeweilige Medium ist Teil der Botschaft. Der Empfänger bestimmt das Medium.“

DMVÖ Präsident Anton Jenzer, Geschäftsführer, Schober Group Österreich und CEE

- „**Beyond Bits&Bytes** findet die Branche ihre Art Feng Shui für ein harmonisches Chi im Marketing-Misch&Masch. Anhand von Studien und außergewöhnlichen Beispielen beweise ich, wie die Mächte, Klassik, Beyond und Digital auf der Basis energetischer Thesen harmonisieren.“

Mobile Marketing Experte: Mag. Thomas Hinterleithner, Director Business Development, NeoMedia Europe

- „**Social Media und andere digitale Strömungen** haben die heimische Kommunikationslandschaft vollkommen verändert. Kreative stehen in Zukunft vor der Herausforderung auch in anderen neu definierten Medienkategorien zu denken.“

Online Marketing Experte: Mag. Florian Zelmanovics-Perl, COO, DRAFTFCB PARTNERS

10.05h – 10.25h

Automatisierung im E-Mail Marketing

- Mehr Relevanz und Umsatz bei weniger Kosten

Daniel Harari, Marketing Director, emarsys eMarketing Systems AG

10.30h – 10.50h

10 Regeln für eine erfolgreiche E-Mail-Kundenbindung

Michael Vogel, Country Manager D/A/CH, Emailvision GmbH

E-Mail-Marketing ist der stärkste und profitabelste Kanal zur Online-Kundenbindung. Wir enthüllen die besten Praktiken, um Ihre E-Mail-Marketingstrategie zu optimieren und Ihnen einen echten „One-to-One“-Dialog mit Ihren Kunden zu ermöglichen.

10.55h – 11.15h

Herausforderungen des E-Mail Marketing – Lösungen mit Zukunft

Dietmar Berghof, Senior Sales Consultant, adRom Media Marketing GmbH

11.20h – 11.40h

20:10 gewinnbringende Tipps im Suchmaschinen Marketing

- Google AdWords: Zielgerichtet mehr Power auf die richtigen Kunden!
- Suchmaschinenoptimierung: SEO Offensive – Qualität vor Quantität!
- Universal Search: Springen Sie dem Suchenden regelrecht ins Auge!

Mag. (FH) Thomas Fleischanderl, Geschäftsführung, eMagnetix Online Marketing GmbH

11.45h – 12.05h

SEO - Vorderste Positionen in Google: Wie kann man diese erreichen?

- Kriterien und Tipps für erfolgreiche Suchmaschinenoptimierung
- SEO in Theorie und Praxis
- Top SEO-Kriterien

Harald J. Koch, Geschäftsführer, Webconomy internet commerce GmbH

Anhand verständlicher Beispiele werden Kriterien, welche Suchmaschinen für das Ranking heranziehen, erläutert. Schwerpunkt des Vortrages bildet die Suchmaschine Google inkl. praktische Tipps und Trends für bessere Positionen.

12.10h – 12.30h

Search zum Abheben: Case Study Austrian Airlines

- Erfolgreiches Suchmaschinenmarketing mit dem richtigen Tool-Mix (Thema: Live Ads)
- SEM & SEO Hand in Hand - Landingpage Optimierung als Conversion Booster

Michael Kobler, Head of E-Commerce, Austrian Airlines

Daniela Köppl, Head of Product Development, Blue Summit Media GmbH

12.35h – 12.55h

Neueste Trends der User-Experience-Forschung

- Kosteneinsparung in der User-Experience-Forschung durch neuartige technologische Analyse-Verfahren
- Gesteigerter Erkenntnisgewinn zur Website-Optimierung durch die intelligente Verknüpfung von Online-Marktforschung und User-Experience-Forschung

Dipl.-Math. Christian Bennefeld, Geschäftsführer, etracker GmbH

13.00h – 13.50h

Power Seminar by Goldbach Media & orange8 interactive

Alle sprechen von der Messbarkeit im Online-Marketing. Jedoch: Ist das was wir messen die Wahrheit?

- Wechselwirkungen im Online-Marketing-Mix messen und erkennen. Path to Conversion eröffnet neue Möglichkeiten zur Steuerung von Online Marketing Kampagnen.

Marcus Koch, Vorstand, orange8 interactive Deutschland (ehemals Suchtreffer AG)

Mag. Maurizio Berlini, Managing Director, Goldbach Media / AdLINK Media Österreich

Das Power Seminar beschäftigt sich mit der spannenden Frage, ob und wenn ja, wie sich die Online-Marketing-Budgets optimiert über verschiedene Channels hinweg (z.B. Display, Search, Email, etc) steuern lassen. In diesem Zusammenhang ist es wichtig, die Wechselwirkung der verschiedenen Channels untereinander zu erkennen und zu verstehen. Maurizio Berlini und Marcus Koch zeigen anhand von Beispielen Konzepte und Tools, mit denen es möglich ist Wechselwirkungen zu messen und anhand der gewonnen Daten die Budgets im Online-Marketing optimal zu steuern.

Durch die Messung des Path to Conversion und eine darauf abgestimmte Optimierung der Kampagnen sind in der Regel signifikante Steigerungen der Kampagnenleistung sowohl in Bezug auf Werbewirksamkeit als auch auf Verkaufserfolg möglich.

Moderation: Siegfried Stepke, Geschäftsführer, e-dialog GmbH (13.50h – 18.15h)

13.55h – 14.15h

Messung der Wechselwirkung zwischen den einzelnen Kanälen des Online-Marketings

- Warum sollten die Wechselwirkungen zwischen den Kanälen gemessen werden?
- Was muss bereits beim Aufsetzen der Kampagne beachtet werden?
- Wie funktioniert die Messung?
- Wie nutzt man die Messergebnisse zur Steuerung / Nachjustierung der Kampagne?

Marcel Nicka, Leiter Niederlassung Österreich, Zieltraffic GmbH

14.20h – 14.40h

Kundenbindung ohne SPAM – neue (Push-)Wege im Online-Marketing

- Leaving SPAM iLand: Alternativen zu E-Mail und Newsletter in der Zielgruppenansprache
- RSS sinnvoll und erfolgreich in das Online Marketing integrieren: auf die „Verpackung“ kommt es an
- Infotainment: Mit Widgets und intelligenten Desktop Tools eigene Inhalte clever transportieren
- Praxisbeispiele: Relevante, auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnittene Tools schaffen Aufmerksamkeit und Kundenbindung

Jörg Rensmann, Geschäftsführer, InfoMantis GmbH

14.45h – 15.45h

Panel WebTV / IPTV

Umsetzung von komplexen WebTV- und IPTV-Projekten

- Von Konzeption und Design über Technik, Hosting und Streaming bis zur Monetarisierung
- Präsentation und Diskussion von aktuellen Fallbeispielen wie ATV.at, ORF TVThek

Uwe Hofer, Exozet Wien GmbH, Agentur für neue Medien

Nicolas Westermann, TVNEXT Solutions GmbH, IPTV-Technologie-Anbieter

Uwe Schnepf, nacamar GmbH, Full Service Provider für new media

Moderation: Christian Borsi, TVNEXT Solutions GmbH

15.50h – 16.10h

Next Generation Online Video

Folgen Sie Ihren Kunden, erhöhen Sie Ihre Reichweite und steigern Sie Ihre Umsätze durch:

- Mobile Video
- External Publishing
- InVideo-Shopping

Christoph Hölzlwimmer, CEO, stream5 GmbH

16.15h – 16.35h

Online Advertising beyond Banner

Als Online Publisher möchten Sie Ihr Inventar wertvoller machen und besser vermarkten?

Als Agentur oder Werbetreibender wollen Sie Ihre Zielgruppe erreichen und ein digitales Erlebnis erzeugen, das in Erinnerung bleibt?

Dann nutzen Sie die Möglichkeiten zeitgemäßer Online Werbung!

Nutzen Sie Echtzeit-Informationen als Grundlage für Ihre Entscheidungen und die Optimierung Ihrer Kampagnen!

Machen Sie Ihre Webseite zu etwas Besonderem, heben Sie sich von der Masse ab!

Nutzen Sie die Möglichkeiten von Video und Rich Media!

Integrieren Sie neue Medien wie Mobile in Ihre Verkaufsstrategie!

Wir zeigen Ihnen gerne, wie einfach das geht.

Manuel Koubek, Head of Sales (DACH) + Romain Job, Head of Consulting, SMART AdServer GmbH

16.40h – 17.05h

Die richtige Zuordnung von Performancemarketing-Maßnahmen

- Mögliche Strukturen des Kampagnencontrollings
- Was ist eine faire Zuordnung?
- Wie vermeiden Sie Doppelvergütungen?
- Einsatz einer Trackingweiche

Christian Sauer, Geschäftsführer, Webtrekk GmbH

17.10h – 18.00h

Panel powered by WAA

Webanalytics & Conversion-Optimierung

- Durch Messung & Zahlen Erfolge potentieren (WAA)
- Kampagnen-Boost durch Landing-Page Tests (Volksbank)
- Wieviele Tools braucht der Mensch? (WirtschaftsBlatt)
- Panel über den Nutzen und die Herausforderungen von Web-Analytics

Bettina Fattinger, Head of Webmanagement, Volksbank AG

Alexis Johann, Leiter Online, WirtschaftsBlatt.at

Christian Bennefeld, Geschäftsführer, etracker GmbH

Christian Sauer, Geschäftsführer, Webtrekk GmbH

Moderation: Siegfried Stepke, Country Manager der WAA & Geschäftsführer, e-dialog

18.15h Ende der Konferenz / 18.30h Ende des ersten Messtages

Ab 18.30h / 19.00h DMX Party Get-Together in der Ovalhalle / MQ Wien

28. April 2010

Moderation: *Mag. Maurizio Berli, Managing Director, Goldbach Media / AdLINK Media Österreich* (09.30h – 12.25h)

09.30h – 09.50h

Digital Marketing X.0 - What's coming next? Ein Überblick

- Bewegtbildwerbung, Behavioral Targeting, Social Advertising, Mobile Marketing, InGame Advertising, Performance-Marketing - Trends und Innovationen erkennen und nutzen
- Die Weiterentwicklung der digitalen Marketingmöglichkeiten aus Vermarktersicht

Mag. Maurizio Berli, Managing Director, Goldbach Media / AdLINK Media Österreich

09.55h – 10.15h

Performance-Marketing und Premium-Umfelder – kein Gegensatz!

- Was Sie zu Performance-Marketing wissen sollten
- Performance-Markt in Österreich
- Welche Potenziale Unternehmen im Internet immer noch ungenutzt lassen
- Best Practice – reale Erfolgsbeispiele in Österreich

Thomas Obkircher, Geschäftsführer, Ligatus GmbH (Österreich)

10.20h – 10.40h

Kundenbindung ohne SPAM – neue (Push-)Wege im Online-Marketing

- Leaving SPAM iLand: Alternativen zu E-Mail und Newsletter in der Zielgruppenansprache
- RSS sinnvoll und erfolgreich in das Online Marketing integrieren: auf die „Verpackung“ kommt es an
- Infotainment: Mit Widgets und intelligenten Desktop Tools eigene Inhalte clever transportieren
- Praxisbeispiele: Relevante, auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnittene Tools schaffen Aufmerksamkeit und Kundenbindung

Jörg Rensmann, Geschäftsführer, InfoMantis GmbH

10.45h – 11.05h

Die 10 Top Trends im E-Mail-Marketing 2010

Emailvision enthüllt die wichtigsten Trends im E-Mail-Marketing des laufenden Jahres 2010. Entdecken Sie aus welchem Grund E-Mail das Herzstück des Marketings bleibt und welche anderen Aspekte Sie beachten sollten, um auch in 2010 Ihre E-Mail-Marketing-Strategie erfolgreich und profitabel zu gestalten.

Kati Schulze, Client Service Director, Emailvision GmbH

11.10h – 11.30h

Crossmediales Kampagnenmanagement

- Closed Loop für mehr Transparenz, mehr Wertschöpfung und mehr Wachstum

Mag. (FH) Alexandra Vetrovsky-Brychta, Geschäftsführerin, Schober Information Group Österreich GmbH

11.35h – 11.55h

Next Generation Online Video

Folgen Sie Ihren Kunden, erhöhen Sie Ihre Reichweite und steigern Sie Ihre Umsätze durch:

- Mobile Video
- External Publishing
- InVideo-Shopping

Christoph Hölzlwimmer, CEO, stream5 GmbH

12.00h – 12.20h

Der Faktor Mensch

- Wieso statische Websites vertrieblich nicht funktionieren!
- Weshalb natürliche Kommunikation im Internet so wichtig ist!
- Warum Video-Interfaces das klassische Geschäft ablösen!

Ralf Pispers, Geschäftsführer, .dotkomm rich media solutions GmbH

12.25h – 13.15h

Panel powered by IQ mobile

Mobile Marketing - Spricht man nur drüber oder macht man auch schon etwas?

- Wie relevant ist Mobile Marketing? Fakten und Business Cases
- Case Study L'Oréal: Mobile im Dialogmarketing
- Cast Study RZB: Mobile als Bestandteil der digitalen Werbung
- Diskussion

DI (FH) Harald Winkelhofer, Founder and CEO, IQ mobile GmbH

Michaela Friedrichkeit, Training Manager, L'Oréal

Andreas Loicht, Prokurist RZB CardServices

Moderation: Roman Anlanger, Studiengangleiter, Fachhochschule des bfi Wien (13.15h – 17.00h)

13.20h – 13.40h

Mobile Internet Showcases: "Service is King"

- State of the Art Mobile Services
- Markeninszenierung in mobilen Portalen
- Integrierte Kampagnenkonzepte zur Aktivierung von mobilen Portalen und Services

Matthias Schodits, Geschäftsführer, YOC Central Eastern Europe GmbH

13.45h – 14.05h

Web and Apps go mobile!

- Wie Sie mobiles Web und Applikationen effizient für sich nutzen können und was Sie dabei beachten sollten

DI Peter Hofbauer, Director Mobile Marketing, DIMOCO Mobile Communications GmbH

14.10h – 14.30h

SEO - Vorderste Positionen in Google: Wie kann man diese erreichen?

- Kriterien und Tipps für erfolgreiche Suchmaschinenoptimierung
- SEO in Theorie und Praxis
- Top SEO-Kriterien

Harald J. Koch, Geschäftsführer, Webconomy internet commerce GmbH

Anhand verständlicher Beispiele werden Kriterien, welche Suchmaschinen für das Ranking heranziehen, erläutert. Schwerpunkt des Vortrages bildet die Suchmaschine Google inkl. praktischer Tipps und Trends für bessere Positionen.

14.35h – 14.55h

Volvo Car Austria - Effiziente Email-Kommunikation für Kundenakquise vor und nach einer Messe

- Vorteile einer integrierten E-Mail Marketing Aktion zur Messe-Nachbetreuung
- Beispiel einer kosteneffizienten eKommunikation mit Interessenten und Kunden

Thomas von Gelmini, Relationship Marketing, Volvo Car Austria GmbH

15.00h – 15.20h

Customer Lifecycle E-Mail Marketing

- Was ist Lifecycle-Marketing?
- Der Kunde im Mittelpunkt
- Lifecycle-Marketing in der Praxis: Ein Kundenbeispiel
- Lifecycle-Marketing in kleinen Schritten

Christian Höls, Sales Executive, Epsilon International

15.25h – 15.55h

Online Shopping: Umsatzsteigerung und Kundenbindung durch Sicherheit und Vertrauen

- Bedeutung der Sicherheit von Daten und Zahlungsverkehr im eCommerce
- Steigerung der Conversion-Rate von Online-Shops durch Gütesiegel

Thomas Karst, Geschäftsführer, Trusted Shops GmbH

16.00h – 16.30h (english)

Keynote! International Online Marketing Strategies in Central & Eastern Europe

Marcin Wozniak, CEO Europe, ARBOMedia Poland

16.35h – 17.15h

Keynote! Trojanisches Marketing

- Mit unkonventioneller Werbung zum Markterfolg
- Nachhaltig, unkonventionell, kostengünstig

Roman Anlanger, Studiengangleiter, Fachhochschule des bfi Wien

17.15h Ende der Konferenz/ 17.30h Ende der Messe DMX Austria Expo & Conference

**Änderungen vorbehalten*