

TAG 1

MITTWOCH, 21.04.2021

Uhrzeit	Bühne 1 – Vorträge	Uhrzeit	Bühne 2 – Workshops
09:00 bis 09:45 Uhr	<p>FORTGESCHRITTENE</p> <p>So geht User Experience heute: Website-UX verbessern und Conversions steigern Christina Aigner und Sebastian Grebasch, Google</p> <p>Um auf digitale Inhalte und Angebote zuzugreifen, nutzen inzwischen über 90 % aller Internetnutzer ihr Smartphone. Wir zeigen Ihnen, wie Sie Ihre mobilen Websites nutzerfreundlich gestalten und Ihre Conversion-Rate optimieren.</p>	09:00 bis 10:30 Uhr	<p>ANFÄNGER</p> <p>Mit Google-Diensten, UX-Design & Sichtbarkeit zur optimalen Außendarstellung im Netz Daniel Waschlewski, jwied</p> <p>Sichtbarkeit im Internet ist heute ein zentraler Baustein unternehmerischen Erfolgs und wird durch viele Faktoren beeinflusst. Google-Basics, strategische Unternehmensführung, sowie nutzerzentrierte Gestaltung und Neuro-marketing sind die Bausteine für maximale Relevanz und Sichtbarkeit.</p>
09:55 bis 10:30 Uhr	<p>FORTGESCHRITTENE</p> <p>Google Data Studio leicht gemacht – Daten nutzen und verstehen Raymond Eiber, eology</p> <p>Mit dem Google Data Studio sehr gute Reportings zu erstellen, ist einfacher als gedacht. Gemeinsam schauen wir uns verschiedene Arten der Visualisierung an, betrachten unterschiedliche Steuerelemente und erklären die Vorteile der Filterung und Kalkulation von Datenquellen.</p>	Pause	
10:30 bis 10:45 Uhr	Pause		
10:45 bis 11:30 Uhr	<p>ANFÄNGER</p> <p>Google Experience Update - Endlich! Nico Erhardt, service & media online-werbung</p> <p>Eine positive Nutzererfahrung ist neuerdings ein entscheidender Faktor für das Google-Ranking einer Website. Wir schauen uns gemeinsam an, worauf es für Seitenbetreiber jetzt ankommt, um weiterhin auf den vorderen Plätzen zu ranken.</p>	10:45 bis 12:15 Uhr	<p>ANFÄNGER</p> <p>Suchmaschinenoptimierung Jonas Meinhardt, SEO Küche</p> <p>Ein Workshop rund um die Suchmaschinenoptimierung. Lernen Sie, wie Suchmaschinen funktionieren und wie Sie Ihren Online-Auftritt so optimieren, dass er bei relevanten Suchanfragen ausgespielt wird.</p>
11:40 bis 12:15 Uhr	<p>FORTGESCHRITTENE</p> <p>Conversion Tracking ohne Cookies für eine erfolgreiche SEA Kampagne Daniel Tschirschwitz, Smarketer</p> <p>Tracking ist ein Muss für eine gelungene SEA-Kampagne. Neue Datenschutzregelungen machen es Marketern jedoch zunehmend schwer, eine ausreichende Datengrundlage für ihre Marketingaktivitäten zu schaffen. Die benötigten Tracking-Cookies können nur noch mit der aktiven Zustimmung der Nutzer eingesetzt werden. Mit der Ablehnung gehen wertvolle Informationen verloren. Die Lösung: Tracking ohne Cookies</p>	Mittagspause	
12:15 bis 12:45 Uhr	Mittagspause		

Uhrzeit	Bühne 1 – Vorträge	Uhrzeit	Bühne 2 – Workshops
12:45 bis 13:30 Uhr	<p>FORTGESCHRITTENE</p> <p>Erfolgreiches SEO für Online Shops - Mit dieser Vorgehensweise kannst du die SEO-Sichtbarkeit deines Online Shops in 24 Monaten verdoppeln Mario Träger, B+M Webworks</p> <p>Was haben Gorillasports, Salamander oder Ochsner Sport gemeinsam? Alle drei sind große B2C Online Shops, deren SEO-Sichtbarkeit in den letzten 24 Monaten massiv gewachsen ist. Im Rahmen des Vortrags zeigt euch Mario Träger, Geschäftsführer der Agentur „Webworks – Marketing für Online Shops“ wie er und sein Team vorgegangen sind, um diese Ergebnisse zu erreichen. Der Vortrag richtet sich an SEO und Marketingverantwortliche, die verstehen wollen, welches SEO-Potenzial für den eigenen Online Shop existiert und wie dies erreicht werden kann.</p>	12:45 bis 14:15 Uhr	<p>ANFÄNGER</p> <p>Das Google Merchant Center: Einstieg in die Verwendung der Produktwerbung über Google Nico Erhardt, service & media online-werbung</p> <p>Ein jeder kennt sie: Die Produktanzeigen in der Google-Suche. Und jeder von uns weiß: Sehr viel schneller klicken wir auf eines dieser Produkte als denn auf ein klassisches Text-Suchergebnis. Wie bekommen wir aber unsere Artikel auch in diese Liste? Was muss der Shop dafür können und wie ist Google einzustellen? Wo lauern die Gefahren und welche Möglichkeiten hat man, sich von der breiten Masse ein wenig abzuheben? Gemeinsam schauen wir uns die Voraussetzungen an und blicken auf die Fallstricke und Hürden, die sich uns in den Weg stellen können. Ein Blick in die angeschlossenen Programme rundet das Ganze dann am Ende ab.</p>
13:40 bis 14:15 Uhr	<p>FORTGESCHRITTENE</p> <p>Smart Bidding - Wie Sie 2021 manuelle und automatisierte Gebotsstrategien optimal kombinieren! Daniel Heidinger, njoy</p> <p>Was bringen die automatisierten Smart Bidding-Einstellungen, welche Gefahren stecken in den „Arbeits-erleichterungen“ und wo können manuelle Strategien noch Mehrwert schaffen? Lernen Sie, wie Sie die besten Ergebnisse für die unterschiedlichsten Kampagnenziele erreichen.</p>	Pause	
14:15 bis 14:30 Uhr	Pause		
14:30 bis 15:15 Uhr	<p>ANFÄNGER</p> <p>Die Google Search Console: Wie werde ich bei Google gefunden und wie sieht die Suchmaschine meinen Shop? Michael Brumm, Projecter</p> <p>Der Vortrag zeigt, wie Webmaster mehr über ihre Performance in den organischen Suchergebnissen erfahren, analysiert die Statusberichte und erklärt, wie bestimmte Google-Fehler behoben oder idealerweise vermieden werden können.</p>	14:30 bis 15:15 Uhr	<p>ANFÄNGER</p> <p>Google Analytics Reports effektiv nutzen – Praxis-Session im Analytics Account Bessere Entscheidungen treffen mit Hilfe der richtigen Daten Michael Löhr, morefire</p> <p>In dieser Session wird live im Google Analytics Account gezeigt, wie Sie sich die richtigen Reports erstellen und die entscheidenden Informationen finden. Das Beste daran: Sie können alle Schritte direkt in Ihrem eigenen Account nachbauen und die Reports für Ihren Marketing Erfolg nutzen.</p>
15:25 bis 16:00 Uhr	<p>FORTGESCHRITTENE</p> <p>Google Shopping Strategien für 2021 Lara Marie Massmann, Claneo</p> <p>In den letzten Monaten hat sich viel getan bei Google Shopping: Organische Productlistings sind hinzugekommen, Showcase Ads werden verschwinden und natürlich gibt es auch immer neue Betas. Mit welchen Strategien kann man im Jahr 2021 auf Google Shopping erfolgreich sein? Welche Produkte eignen sich für organische Listings und wie sollten die bezahlten Kampagnen strukturiert werden? Diese Fragen wollen wir gemeinsam klären und unsere Shopping Kampagnen auf den neuesten Stand bringen.</p>	15:15 bis 16:00 Uhr	<p>ANFÄNGER FORTGESCHRITTENE</p> <p>Google Analytics – Die wichtigsten Antworten auf aktuelle und häufige Fragen Michael Löhr, morefire</p> <p>Funktioniert Google Analytics auch, wenn es keine Cookies mehr gibt? Brauche ich Google Analytics 4? Die häufigsten und aktuellsten Fragen zu Analytics werden kompakt und kompetent beantwortet. Stellen Sie auch Ihre brennenden Fragen dem Experten live.</p>

TAG 2

DONNERSTAG, 22.04.2021

Uhrzeit	Bühne 1 – Vorträge	Uhrzeit	Bühne 2 – Workshops
09:00 bis 09:45 Uhr	EXPERTEN Automatisierung mit Google Ads Scripts Richard Stinauer, Adtraffic Sie wollten schon immer einmal wissen, wie Sie mithilfe von Google Ads Scripts Änderungen in Ihrem Google Ads-Konto automatisieren, ein vordefiniertes Script in Ihr Konto einbinden und ein eigenes Script erstellen? In diesem Vortrag erfahren Sie es!	09:00 bis 10:30 Uhr	FORTGESCHRITTENE Suchmaschinenoptimierung: SEO meets UX Fabian Scholz, Esy Wie Search Experience Optimization die digitale Welt verbessert. Mit SXO ist ein neuer Trend geboren, der SEO und UX vereint, denn ohne die Prinzipien von guter Usability (Design und Technik) können SEO-Maßnahmen keine Früchte tragen. Wenn man weiß wonach die Menschen suchen, kann man Webseiten entsprechend des User Intents gestalten. Setzen Sie den Nutzer und seine Bedürfnisse in den Vordergrund. Nur dies führt langfristig zu einem besseren Ergebnis.
09:55 bis 10:30 Uhr	ANFÄNGER So wirst du vom Kunden gefunden, und nicht vom Abmahner Suchmaschinen-Marketing und Recht Yvonne Bachmann, Händlerbund Ein berühmtes Zitat lautet: SEO ist ein Marathon, kein Sprint. Was aber nützt die beste und aufwändigste Strategie, wenn man sich die gute Suchmaschinenoptimierung mit einer teuren Abmahnung erkaufen muss? Dieser Vortrag bringt rechtliches Know-how zu den Anwendern – und das nicht in Juristisch, sondern in Deutsch.		
10:30 bis 10:45 Uhr	Pause		
10:45 bis 11:30 Uhr	ANFÄNGER 7 Schritte zu einer erfolgreichen Google Ads Kampagne Anna Mejeritskiy, ReachX In diesem Vortrag erfahren Sie, worauf Sie bei der Erstellung von Google Ads Kampagnen achten sollten und bekommen eine praktische Checkliste an die Hand, mit der Sie Ihre Kampagnen einfach planen und umsetzen können.	10:45 bis 12:15 Uhr	FORTGESCHRITTENE Google Ads Arnas Klasauskas, KISS Agency In diesem Workshop wirst du lernen, wie du Anhand einer N-Gramm Analyse deine Suchbegriffe ganz einfach analysieren kannst. Du wirst anschließend große Datensätze in kürzester Zeit analysieren und schnell neue Keyword Möglichkeiten entdecken können.
11:40 bis 12:15 Uhr	FORTGESCHRITTENE Wetterdaten erfolgreich nutzen: Wie ihr eure Kunden besser verstehen und Kampagnen optimieren könnt Dr. Stefan Bornemann, METEONOMIQS powered by wetter.com und Marcus Stade, mohrstade Welchen Einfluss hat das Wetter auf die Kaufintention, welche Produkte sind besonders wetterabhängig und was bringen Wetterdaten in Google Ads Kampagnen? In unserem Vortrag zeigen wir anhand verschiedener Use Cases, wie ihr eure Marketingmaßnahmen dank Wetter erfolgreicher gestaltet.		
12:15 bis 12:45 Uhr	Mittagspause		

Uhrzeit	Bühne 1 – Vorträge	Uhrzeit	Bühne 2 – Workshops
12:45 bis 13:30 Uhr	<p>FORTGESCHRITTENE</p> <p>YouTube Advertising - Durchstarten auf der größten Videoplattform der Welt Georg Stubendorf und Nico Loges, Webnetz</p> <p>Warum Videowerbung im Allgemeinen? Warum YouTube im Speziellen? Welche Stolperfallen gilt es zu vermeiden? Welche Rahmenbedingungen gilt es zu beachten? Diese und weitere Fragen werden wir beantworten und darüber hinaus geben wir euch hilfreiche Tipps zu möglichen Targetings, Formaten, zum Thema Videoproduktion usw. Wir geben euch alle Infos die für einen erfolgreichen Start in den Kosmos der Videowerbung notwendig sind.</p>	12:45 bis 14:15 Uhr	<p>FORTGESCHRITTENE</p> <p>Google My Business & Local SEO richtig gemacht – Geschäftsladen und lokale Dienstleistungen von Kunden finden lassen Dr.-Ing. Tamas Lamfalusi, Ratiscon</p> <p>Ich zeige im Workshop, wer Google My Business (GMB) nutzen soll, wie ein Profil erstellt und verifiziert wird. Außerdem lernst du hier, wie GMB und andere Verzeichnisse für den lokalen bzw. regionalen Handel und Dienstleistungen erfolgreich einzusetzen ist, wie du dein GMB so optimierst, dass du wirklich Kundenbesuche bekommst, was die Rankingfaktoren bei GMB sind. Ich werde auch erklären, ob und wie mehrere Standorte in GMB zu verwalten sind. Geheimtipp: Google My Business in mehreren Sprachen optimieren</p>
13:40 bis 14:15 Uhr	<p>ANFÄNGER</p> <p>Mehr Reichweite mit Shopping Ads Timo Schindler, Solute</p> <p>Lassen Sie sich in die CSS Shopping Ads auf Google und die Comparison Listing Ads (CLA) einführen, die exklusiv auf Preisvergleichsportalen zur Verfügung stehen und erfahren Sie außerdem, wie die verschiedenen Formate funktionieren und wie Sie damit Ihren Werbeerfolg optimieren.</p>	Pause	
14:15 bis 14:30 Uhr	<p>ANFÄNGER</p> <p>Live Backlink Check Christian B. Schmidt, digitaleffects</p> <p>Sie wollen wissen, wie es um Ihre Backlinks steht? Der SEO-Experte Christian B. Schmidt macht live den Backlink Check für von Teilnehmern eingereichte Websites. Der Gründer und Geschäftsführer der SEO-Agentur Digitaleffects GmbH optimiert seit 1998 Websites und berät seit 2005 Unternehmen wie Duden, Tui oder Otto Group.</p>	14:30 bis 16:00 Uhr	<p>ANFÄNGER</p> <p>Was Kunden WIRKLICH wollen und wie Sie es herausbekommen: Keyword-Finder, Optimize und Trends Konstantin Linder, Brandupfactory</p> <p>Wie können wir Kunden genau das bieten, was sie gerade interessiert? Mit den Google Tools Keywordfinder und Trends können wir aktuelle oder wiederkehrend virale Themen finden oder den optimalen Veröffentlichungszeitpunkt für Inhalte bestimmen. So bieten wir den Kunden die Lösungen die sie brauchen, wenn sie sie brauchen. Neben Informationen zum Vorgehen werden wir in diesem Workshop auch praktische Beispiele ansehen, um direkt die Auswirkungen der beschriebenen Maßnahmen bewerten zu können.</p>
15:25 bis 16:00 Uhr	<p>FORTGESCHRITTENE</p> <p>Die Customer Journey erfolgreich nutzen - Online Marketing Optimierung im E-Commerce lassen Robin Heintze, morefire</p> <p>Sorgen Sie für mehr Verkäufe, indem Sie in jeder Stufe im Kaufentscheidungsprozess präsent sind. In diesem Vortrag bekommen Sie konkrete Empfehlungen, wie Sie Kampagnen entlang der Customer Journey aufbauen, welche Kanäle für welche Ziele optimal sind und wie Sie alle Maßnahmen aufeinander abstimmen.</p>		