

MARKETING FORUM THE FUTURE OF TARGETING

08:30 Empfang

09:00 – 09:15 Begrüßung

09:30 – 10:00 Keynote Prof. Hermann Simon

(Vorsitzender der Geschäftsführung Simon Kucher & Partners):

„Hidden Champions des 21. Jahrhunderts – Erfolgsstrategien unbekannter Weltmarktführer“

- Die Hidden Champions des 21. Jahrhunderts zielen auf Wachstum und Marktführerschaft
- Weltklasse durch Fokus und Tiefe - Konzentration auf die Kernkompetenzen
- Kundennähe ist die größte Stärke - noch vor der Technologie.



10:00 – 10:30 „Research Based Targeting“ bei Tchibo Direct (Best Case)

Ertragssteigerung durch die Verbindung von klassischer Marktforschung und Database Marketing.

- Neue Ansätze bei der Entwicklung von Kundentypologien
- Gezielte Nutzung von Erkenntnissen aus der Marktforschung im direkten Kundendialog

Amit Sinha, Leiter Marketing Tchibo Direct

10:30 – 11:00 Die Bedeutung der Mikrogeographie für erfolgreiches Targeting

Nutzung von Geo-Informationen für das Targeting

- Integrierter Ansatz von Geo- und Direktmarketing
- Flächendeckende Optimierung von Vertriebs- und Marketingressourcen

Dominique Bornhöft, Leiter Geomarketing, Telekom Shop Vertriebsgesellschaft mbH
Karl-Heinz Mühlbauer, Geschäftsführer, infas GEOdaten GmbH

11:00 – 11:30 „eCommerce 2010 – die totale Kundenorientierung“ (Best Case)

Das perfekte Angebot in Echtzeit:

- Auf dem Weg zur totalen Individualisierung
- Systematisch lernen aus jeder einzelne Kontakt mit Interessenten und Kunden
- Die neuen, „guten Verkäufer“ im virtuellen Verkaufsraum
epoq GmbH

11:30 - 12:30 Targeting und Datenschutz „200 Tage neues BDSG – eine Bilanz“

- Klassisches Targeting durch Database Marketing - Grenzfälle der Analyse nach dem neuen BDSG
- Online Daten Auswertung: Bewertung der neuen Analyse-Möglichkeiten aus der Perspektive des Gesetzgebers und der Aufsichtsbehörden

RA Dr. Philipp Kramer, Gliss & Kramer KG

12:30 – 13:30 Mittagsbuffet + Ausstellung

13:30 – 14:00

Keynote Carsten K. Rath (CEO Lifestyle Hospitality & Entertainment Group)
„Die Entstehung der Kameha-Idee“ Von der Idee zur Realisierung eines der innovativsten Hotel-Konzepte in Deutschland.

14:00 – 14:30 Live- und Eventshopping (Best Case)

Live und Eventshopping am Beispiel deutschlandklickt.de

- Die Grundidee eines virtuellen Überraschungspaketes
 - Neue, interaktive Vertriebs- und Marketing-Formen im E-Commerce
 - Neue Online-Eventplattformen, die Spiel, Shopping und Entertainment vereinen
- Murat Icer, Tayfun Aksun Geschäftsführung Egenium GmbH

14:30 – 15:00 „Verkauft Mobile Marketing?“ (Best Case)

Den richtigen Inhalt an die richtige Adresse zur richtigen Zeit

- Attraktive Banner, mobiles Internet, Leads, atemberaubende Features und Applications – Mobile Advertising hat sich im Marketing-Mix etabliert!
- Von „Snickers“, „Teilzeitindianern“ und anderen mobilen Kampagnen – Status Quo und Zukunft von Mobile Marketing und Mobile Advertising

Ralph Suda, Vorstand CONTNET AG

15:00 – 15:30 Kaffee- und Teepause

15:30 – 16:00 „Targeting in Sozialen Netzwerken“ (Best Case)

- Zielgruppen im Social Web erfolgreich mit 140 Zeichen finden und binden
- Best Case Twitter-Marketing der nubizz GmbH

Jessica Plutta, Marketingleiterin nubizz GmbH, Dortmund

16:00 – 16:30 Marken Communities. Der Dialog mit dem Dialog

Grundlegendes über die Erfolgsmechanik in sozialen Netzen

- Die Verbindung aller Kanäle, die für die digitale Kommunikationsidee relevant sind
- Die 360° Kommunikation durch neue digitale Kommunikationslösungen

Thomas Strerath, CEO, Ogilvy Group Germany

16:30 – 17:00 Podiums-Diskussion

Was ist machbar in der neuen Online-Dialog-Kommunikation und was ist erlaubt?

Dr. Philipp Kramer, Ralph Suda, Jessica Plutta, Murat Icer, Thomas Strerath

18.30 Zentrales Abendevent

Dinnerbuffet, Live-Performance, Kontakte knüpfen und verbessern