



# Data Driven Marketing Conference

Die Konferenz zu Adtech und Martech

Dienstag, 26. November 2019

09.15 – 09.45	<b>Data Driven Marketing – Our Journey to become the #1 Beauty Tech Company</b> <i>Peter Grebarsche, Head of Digital Strategy &amp; CRM, L'ORÉAL Deutschland GmbH</i>
09.45 – 10.15	<b>Use Case: Zielgruppengerechte Kampagnenoptimierung mittels Machine Learning</b> <i>Jörg Sayn, CTO, artegit</i>
10.15 – 10.45	<b>Case: Digitale Kundenbindung und Personalisierung</b> <i>Alexander Gulentz, Analytics-Experte und Managing Director, Piwik PRO DACH (mit Kunde)</i>
10.45 – 11.15	<b>Kaffeepause</b>
11.15 – 11.45	<b>Learnings beim Individualisieren von Newsletter-Kampagnen</b> <i>Mailtastic &amp; Mathias Krech, Team Leader/Leadgenerierung, Suchdialog AG</i>
11.45 – 12.15	<b>Case Study: Der Effekt von Personalisierung auf Umsatz und Customer Loyalty</b> - <i>Peter Potthast, Country Manager D-A-CH, Conversant Deutschland GmbH</i> - <i>Thorsten Ahlers, Leiter Marketing, Brille24</i>
12.15 – 13.00	<b>Future-proofing your business - Wie Sie Daten in Ergebnisse verwandeln</b> <i>Christian Ohm, Geschäftsführer DACH, Avaus</i>
13.00 – 14.00	<b>Mittagspause</b>
14.00 – 14.30	<b>Neue Funktionalitäten und neue Technologien für TV: mehr Wirkung in der kommerziellen Kommunikation</b> <i>Andrea Malgara, Geschäftsführer, Mediaplus Gruppe</i>
14.30 – 15.00	<b>Customer Journey Tracking On- und Offline: Wie gut funktioniert es schon und woran hapert es noch?</b> <i>Bernd Lynen, Sales Manager Digital Marketing und Online Marketing Manager (IHK), TSystems Multimedia Solutions</i>
15.00 – 15.30	<b>Online-Werbebetrug: Kein Thema in Deutschland?</b> <i>tba</i>
15.30 – 16.00	<b>Kaffeepause</b>
16.00 – 16.30	<b>First-Price vs. Second-Price-Auction</b> <i>Mario Gebers, Director Business Development DACH, OpenX &amp; Leiter Fokusgruppe Programmatic Advertising im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW)</i>
16.30 – 17.00	<b>The new canvas - wie sich Daten und Kreation befruchten</b> <i>Michael Plate, Head of Partnerships, Google Marketing Platform</i>
17.00 – 17.30	<b>Panel: Voice Marketing: Brauchen Marken eine Stimme? Und wie werden Alexa, Siri, Cortana oder der Google Assistant persönlicher?</b> - <i>Robert C. Mendez, Internet of Voice</i> - <i>Florian Weigang, Co-Founder / Managing Director, Dialogue Tech FMC GmbH</i> - <i>Frank Bachér, Geschäftsführer Digitale Medien, Audiovermarkter RMS</i> - <i>Thomas Kabke-Sommer, Geschäftsführer, Crossplan Deutschland</i>