

Tagesprogramm

09.00 – 09.15	Begrüßung <i>Ingrid Schutzmann, Fachjournalistin, INTERNET WORLD Business</i>
09.15 – 09.45	Data Driven Marketing – Our Journey to become the #1 Beauty Tech Company <i>Peter Grebarsche, Head of Digital Strategy & CRM, L'oréal Deutschland GmbH</i>
09.45 – 10.15	Use Case: Zielgruppengerechte Kampagnenoptimierung durch multivariates Testing und Machine Learning <i>Jörg Sayn, CTO, Artecic</i>
10.15 – 10.45	Case: Von 0 auf 100 ... Wie die TecAlliance mit Analytics neue Wege für die digitale Kundenbindung geht <i>- Britta Behrens, Marketing Managerin DACH, Piwik PRO</i> <i>- Hanna Danzl, Consultant Data Analyst, TecAlliance GmbH</i> <i>- Andreas Kaczmarek, Data Scientist / Data Consultant, TecAlliance GmbH</i>
10.45 – 11.15	Kaffeepause
11.15 – 11.45	Transparenz im Programmatic Advertising – Vom Trend zum notwendigen Standard <i>- Christoph Berg, Co-Gründer und Geschäftsführer, MINT Square</i> <i>- Arianna Zappala, Managing Director International Business, EMP</i>
11.45 – 12.15	Case Study: Der Effekt von Personalisierung auf Umsatz und Customer Loyalty <i>Vanessa Sonders, Director Business Development, Conversant Media</i>
12.15 – 12.35	Future-proofing your business – Wie Sie Daten in Ergebnisse verwandeln <i>Steven Hahn, Managing Consultant, Avaus</i>
12.35 – 13.00	Case Study: Bild-basierte Empfehlungstechnologie und Trend-Erkennung <i>Sebastian Kielmann, Gründer, Picalike</i>
13.00 – 14.00	Mittagspause
14.00 – 14.30	Neue Funktionalitäten und neue Technologien für TV: mehr Wirkung in der kommerziellen Kommunikation <i>Andrea Malgara, Geschäftsführer, Mediaplus Gruppe</i>
14.30 – 15.00	Customer Journey Tracking On- und Offline: Wie gut funktioniert es schon und woran hapert es noch? <i>Bernd Lynen, Sales Manager Digital Marketing und Online Marketing Manager (IHK), T-Systems Multimedia Solutions</i>
15.00 – 15.30	Online-Werbebetrug: Kein Thema in Deutschland? <i>Michael Voltz, Rechtsanwalt, VOLTZ RECHTSANWALT</i>
15.30 – 16.00	Kaffeepause
16.00 – 16.30	First-Price vs. Second-Price-Auction <i>Mario Gebers, Director Business Development DACH, OpenX & Leiter Fokusgruppe Programmatic Advertising im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW)</i>
16.30 – 17.00	The new canvas - wie sich Daten und Kreation befruchten <i>Michael Plate, Head of Partnerships, Google Marketing Platform</i>
17.00 – 17.30	Panel: Voice Marketing: Brauchen Marken eine Stimme? Und wie werden Alexa, Siri, Cortana oder der Google Assistant persönlicher? <i>- Robert C. Mendez, Internet of Voice</i> <i>- Felix Zirkler, Co-Founder, Managing Director, Dialogue Tech FMC GmbH</i> <i>- Matthias Schenk, Leiter Publisher Management, RMS</i> <i>- Thomas Kabke-Sommer, Geschäftsführer, Crossplan Deutschland</i>