

Das 3. Management Circle Dialogforum

Web Analytics

Testing – Targeting – Optimization

Teilnahme
€169,-

4. Oktober 2010 in Frankfurt/M.

12. Oktober 2010 in Hamburg

19. Oktober 2010 in München

Diese Unternehmen laden Sie ein:



AT INTERNET



Organisiert von:



Ihre Themenschwerpunkte:

- › Wie reif ist Ihr Unternehmen für Web Intelligence?
- › Vertriebskanal Internet – Ihre Wertschöpfungspotenziale
- › Steigern Sie Ihre Effizienz durch Social Media Controlling
- › Wie optimieren Sie Ihre Online-Kampagnen?
- › Search Analytics – Erkennen Sie ungenutzte Trafficpotentiale
- › KEYNOTE:
Social Sells – Märkte sind Gespräche

Interaktive Workshops

Messen → Analysieren → Optimieren → Messen

- › Welche Dimensionen und Metriken führen zu aussagekräftigen Reports?
- › Wie erhöhen Sie Ihre Konversionsrate mit toolgestützten Testingmethoden?

SPECIAL: KEYNOTE!



Erleben Sie den Zukunftsforscher **Walter Matthias Kunze!**

Blicken Sie auf Marketing 3.0 und den Trend Sozialer Gravitation!

Fachliche Leitung:

Prof. Dr. Johannes Schwanitz
Institut für Technische Betriebswirtschaft (ITB) Fachhochschule Münster

Ihr Expertenteam:

Sebastian Baus
Mindlab Solutions GmbH

Yasan Budak
VICO Research & Consulting GmbH

Timo von Focht
AT Internet

Sven Gerber
e-dynamics GmbH

Thilo Heller
Searchmetrics GmbH

Online anmelden: www.webanalytics-fachforum.de

8.30 Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Tagungsunterlagen

9.00 **Begrüßung und Eröffnung des Dialogforums**

9.15 **Vom Web Controlling zur Wertschöpfungsmessung im MultiChannel-Kontext**

- Implikation mehrkanaliger Vertriebsprozesse für das Controlling
- Ansätze einer pragmatischen Ergebnisrechnung
- Wertschöpfungspotenziale im Vertriebskanal Internet

Prof. Dr. Johannes Schwanitz, Institut für Technische Betriebswirtschaft (ITB) Fachhochschule Münster

9.45 **Ist Ihr Unternehmen reif für Web Intelligence?**

- Wege vom Tool zur Wertschöpfung
- So verankern Sie Web Analytics gewinnbringend im Unternehmen
- Web Analytics Reifegradmodelle zur Standortbestimmung und Zielplanung

Sven Gerber, Geschäftsführer, e-dynamics GmbH

10.15 Kaffeepause und Fachdialog

11.00 **Wer, wie, was und wann? Der Erfolg von Online-Kampagnen und die richtige Zuordnung**

- *Alles kann besser werden:* So optimiert man Online-Kampagnen heute
- *Die Karawane zieht weiter:* Retargeting und gezielte Follow Up E-Mails zur Erfolgsoptimierung
- *Vergessen ist so leicht:* Gesamtbetrachtung von Ursachen und Wirkungen
- *Tausendmal berührt:* vom ersten Nutzerkontakt mit der Werbung bis zum finalen Erfolg

Timo von Focht, Geschäftsführer, AT Internet

11.30 **Suchmaschinenoptimierung für eine erfolgreiche Online-Marketing-Strategie**

- Search Analytics – der Schlüssel zur Wirtschaftlichkeit und zum Erfolg
- Immer einen Schritt voraus – transparente Wettbewerbsbeobachtung
- Erkennung ungenutzter Trafficpotentiale

Thilo Heller, Director Sales, Searchmetrics GmbH

12.00 **Social Media – der Einfluss des Internets auf die Gesellschaft**

- Wissensgenerierung aus dem Social Web
- Social Media Controlling – Welche Möglichkeiten gibt es?
- Social Media Monitoring macht es möglich
- Social Web – Neue Wege der Kundenbindung

Yasan Budak, Chief Consultant, VICO Research & Consulting GmbH

12.30 **Effektiver Einsatz Ihres Online-Marketing-Budgets**

- Erkennen Sie mit Einsatz der Webanalyse, welche Ihrer Maßnahmen einen Beitrag zum Geschäftserfolg leisten
- Ein Ausflug in die Welt von Google, Affiliates, Bannerwerbung und Cross Domain Ansätzen

Sebastian Baus, Head of Consulting, Mindlab Solutions GmbH

13.00 Business-Lunch und Fachdialog

14.15 **Workshop 1:**

Moderation: Prof. Dr. Johannes Schwanitz, Fachhochschule Münster

Von vielen Kennzahlen zu aussagekräftigen Reports

- Welche Voraussetzungen benötigen Sie für die Integration verschiedener AnalyseTools?
- Wie setzt man die notwendigen Prozesse um und kommt zu aussagekräftigen Reports?

Thilo Heller, Timo von Focht

Workshop 2:

Moderation: Sven Gerber, e-dynamics GmbH

Konversion Optimierung

- A/B-Analyse und Multivariates Testing
- Wie steuern Sie gezielt mit Behavioral Targeting?
- Wie steigern Sie Ihre Konversion durch Social Media?

Yasan Budak, Sebastian Baus

Lernen Sie Web Analytics richtig umzusetzen!

16.00 Kaffeepause und Fachdialog

16.45 **Social Sells – Märkte sind Gespräche**

- Trend zu Sozialer Gravitation führt zu Marketing 3.0
- Sozialkompetenz – Mehr Kontakt für Unternehmen zu ihren Zielgruppen

Walter Matthias Kunze, CEO, trendquest

KEYNOTE!

- Werte als Zukunftsvorteile

17.30 Zusammenfassung der Ergebnisse mit Gelegenheit zur Diskussion

18.00 Ende des Dialogforums

Fachliche Leitung



Prof. Dr. Johannes Schwanitz

war nach seinem Studium des Wirtschaftsingenieurwesens und Stationen als Consultant im Bankenumfeld bis zu seiner Berufung an das Institut für Technische Betriebswirtschaft (ITB) der **Fachhochschule Münster** an der Fachhochschule Hamburg-Wedel und der International School of Management (ISM) in Dortmund tätig. Seine derzeitigen Forschungsgebiete liegen in den Bereichen Business Intelligence und Multi Channel Controlling mit dem Fokus auf den Finanzdienstleistungssektor.



Sebastian Baus

ist seit Anfang 2010 Head of Consulting bei **Mindlab**. Der Webanalyse-Experte ist für den individuellen Einsatz der Mindlab-Lösungen beim Kunden verantwortlich. Sebastian Baus war zuvor bei der Allianz-Versicherungs AG und hier u.a. für den Aufbau eines Tracking- und Analysesystems zur Bewertung von Marketingmaßnahmen sowie für die SEM- und SEO Maßnahmen, das Kooperationsmanagement u.w. verantwortlich.



Yasan Budak

wurde 1979 in Speyer geboren. Er studierte an der Universität Hohenheim Wirtschaftswissenschaften mit den Vertiefungsrichtungen: Marketing, Marktforschung, Produktion und Logistik. Als Mitgründer und Chief Consultant von **VICO Research & Consulting GmbH** ist er u. a. zuständig für die Bereiche: Business Development, Projektmanagement, Key Account Management und Qualitätssicherung.



Timo von Focht

ist Geschäftsführer von **AT Internet** und betreut das Geschäft des europäischen Webcontrolling-Software Anbieters für Deutschland, Österreich und der Schweiz von München aus. Zuvor hat Timo von Focht die Eigenvermarktung der CHIP Xonio Online GmbH mitaufgebaut und war bei CNET Direct Account Manager im Bereich interaktives Direktmarketing.



Sven Gerber

hat sich als Mitgründer und Geschäftsführer der **e-dynamics GmbH** nach seinem Studium an der RWTH Aachen seit 1996 auf Web Intelligence und Web Analytics Anwendungen spezialisiert und war seitdem in zahlreichen Projekten bei namhaften Großunternehmen involviert.



Thilo Heller

verantwortet als Director Sales den Vertrieb der Searchmetrics Suite bei dem Berliner SEO-Unternehmen **Searchmetrics GmbH**. Er ist ein Verlags- und Medienprofi mit umfangreicher Online- und Medien-Erfahrung. Zuletzt war er als Geschäftsführer für die Travel House Media GmbH und für den Verlag arsEdition GmbH der schwedischen Bonnier Holding als Vertriebsleiter tätig.



Walter Matthias Kunze

ist Gründer & CEO von **trendquest**, eines der führenden Unternehmen für Sozio-ökonomische Zukunftsforschung. Vor Gründung von trendquest (2005) war er als Senior Creative Director und Stratege 15 Jahre im Bereich Digital & Social Media Marketing tätig. W. M. Kunze ist erfahrener charismatischer Sprecher, der auf einleuchtende Art kommende Trends fokussiert sowie deren Hintergründe aufzeigt.

Das sagen die Teilnehmer über unser Dialogforum Web Analytics:

„Sehr interessanter Überblick über Tools & Möglichkeiten.“

„Erstklassige Referenten und topaktuelle Themen machen diese gelungene Veranstaltung zu einem Pflichtbesuch für alle, die im Alltag mit Web Analytics arbeiten.“

„Gute Themen, gutes Zeitmanagement, Aufteilung in 2 Workshops ideal.“

„Habe viele Impulse bekommen. Die Anregungen werden sich sicherlich im Tagesgeschäft niederschlagen.“



Follow us on twitter !

Erfahren Sie mehr zum Thema Web Analytics auf www.twitter.com/mc_webanalytics

» Die Unternehmen vor Ort



AT Internet ist seit 1995 eine der Web Analytics-Referenzfirmen und mit Niederlassungen und Partnerbüros in Europa, Asien, Nord- & Südamerika präsent. Kunden können Web- und Mobile Sites, Intranet, Site-Performance und Social Media-Plattformen in Echtzeit analysieren. Über 350.000 getrackte Websites liefern dabei exklusive Benchmarkdaten. TÜV-geprüfter Datenschutz (für Analyzer^{NX}) inklusive.

Ansprechpartner: Herr Timo von Focht
Telefon: +49 (0) 89 / 32 49 27-110
E-Mail: timo.vonfocht@atinternet.com
Internet: www.atinternet.com



e-dynamics ist ein unabhängiges und spezialisiertes Beratungsunternehmen im Bereich Web Analytics und Web Intelligence. Wir bieten unseren Kunden ein umfassendes Leistungsspektrum von der Strategieberatung bis zur fachlichen und technischen Unterstützung in anspruchsvollen Projekten.

Ansprechpartner: Herr Sven Gerber
Telefon: +49 (0) 241 / 9 78 87-0
E-Mail: s.gerber@e-dynamics.de
Internet: www.e-dynamics.de



Mindlab bietet hochwertige Webcontrolling- & Customer Targeting-Lösungen für alle E-Commerce- und E-Business- Geschäftsmodelle an und trägt damit wesentlich zur Verkaufsförderung bei. Unsere Lösungen verschaffen Ihnen mit strategischen und taktischen Werkzeugen eine hervorragende Grundlage für die Steuerung all Ihrer Onlineaktivitäten, von der Web-Analyse bis zum Social Media Monitoring.

Ansprechpartnerin: Frau Sibylle Steilner
Telefon: +49 (0) 711 / 3 65 50-197
E-Mail: sibylle.steilner@mindlab.de
Internet: www.mindlab.de



Die **Searchmetrics GmbH** ist heute führender Anbieter von Search Analytics Software und verfügt über eine einzigartige Softwarelösung: die Searchmetrics Suite. Mit der Software werden ständig große Datenmengen über das Ranking von Websites, Such-Stichworten und relevanten Wettbewerbergruppen aggregiert und auswertbar gemacht.

Ansprechpartner: Herr Thilo Heller
Telefon: +49 (0) 30 / 3 22 95 35-17
E-Mail: t.heller@searchmetrics.com
Internet: www.searchmetrics.com



trendquest ist eines der führenden Unternehmen der Sozio-ökonomischen Zukunfts- und Trendforschung. trendquests Methode analysiert soziale Strömungen und deren temporale Zusammenhänge, prägende Entwicklungszyklen von Wirtschaft u. Gesellschaft sowie Konsumenten-Verhalten. Basierend hierauf berät trendquest zu kommenden Trends in Ökonomie u. Gesellschaft und entwickelt praxisrelevante Strategien für seine Kunden.

Ansprechpartner: Herr Walter Matthias Kunze
Telefon: +49 (0) 40 / 3 99 99 848
E-Mail: info@trendquest.eu
Internet: www.trendquest.eu



VICO Research & Consulting ist Spezialist für individuelle Social Media Monitoringsysteme und für qualitative Social Media Analysen von Foren, Communities und Blogs. Darüber hinaus bietet VICO individuelle Beratung für ein Social Media Marketing aufbauend auf den Ergebnissen der Analysen an, unter anderem die Opinion Leader Integration.

Ansprechpartnerin: Frau Nadine Nobis
Telefon: +49 (0) 711 / 7 87 82 90
E-Mail: nadine.nobis@vico-research.com
Internet: www.vico-research.com

» Die Verbandspartner



Kontakt:
www.bdoa.de
E-Mail: vorstand@bdoa.de



Kontakt:
www.bvdw.org
E-Mail: info@bvdw.org



Kontakt:
www.ddv.de
E-Mail: info@ddv.de



Kontakt:
www.webanalyticsassociation.org
E-Mail: info@webanalyticsassociation.org

» Die Medienpartner



Kontakt:
www.econtrolling.de
E-Mail: info@econtrolling.de



Kontakt:
www.marketing-boerse.de
E-Mail: info@marketing-boerse.de

» Herzlich Willkommen zum 3. Dialogforum Web Analytics

Reporten Sie noch oder analysieren Sie schon?

Die Ausgaben für Online Aktivitäten steigen jährlich und Web Analytics wird ein unabdingbares Instrument für jedes Unternehmen, welches im Web tätig ist. Die gesammelten Daten werden jedoch viel zu wenig analysiert und für Optimierung genutzt. Zudem haben Unternehmen oft Schwierigkeiten bei der Einführung von Analyse-Tools.

Mitarbeiter können auf die Ergebnisse nicht adäquat reagieren und keine unternehmerischen Konsequenzen ziehen. Auch die zunehmende Komplexität durch neue Online-Trends wie **Social Media** machen es für Web Analytics nicht unbedingt einfacher und fordern eine ständige Weiterentwicklung.

Neben den Instrumenten der Web Analytics sind weitere Lösungen zur Performance Steigerung im Online Marketing und der Website Optimierung derzeit in aller Munde; **A/B-Tests, Multivariates Testen, Targeting**, um nur die wichtigsten zu nennen. Doch wie arbeiten diese Lösungen zusammen, was nutzen sie und wie setzt man sie effektiv ein?

Das **3. Management Circle Dialogforum Web Analytics** gibt Ihnen einen umfassenden Überblick über Möglichkeiten zur Kontrolle und Optimierung Ihres Online Business. Sie erhalten eine Orientierung im „Dschungel“ der bekannten und neu entstehenden Systeme und Lösungen. Außerdem erfahren Sie mehr über aktuelle Trends und riskieren mit dem Zukunftsforscher Walter Matthias Kunze einen Blick in die nächsten Jahre auf **Marketing 3.0**.

Das Dialogforum ist in zwei Bausteine aufgeteilt. Am Vormittag vermitteln Ihnen unsere Fachexperten in verständlichen Vorträgen die Voraussetzungen, Technologien, Einsatzgebiete und den Nutzen der unterschiedlichen Performance Marketing Tools.

In den **Workshops am Nachmittag** werden die Themen vertieft und Sie als Teilnehmer können aktiv mitgestalten. Diskutieren Sie und stellen Sie Fragen zu Voraussetzungen, Anforderungen und Umsetzungsmöglichkeiten. Sie erarbeiten anhand von Praxisbeispielen das Zusammenspiel der verschiedenen Instrumente zu einer Gesamtlösung.

Lernen Sie ziel- und praxisgerecht wie die Themen Onlinemessung und Website Optimierung ineinander greifen. Profitieren Sie von den interaktiven Workshops und sichern Sie Ihr Online Budget durch Expertenwissen ab.

Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme!



A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'J. Schwanitz'.

Prof. Dr. Johannes Schwanitz
Institut für Technische Betriebswirtschaft (ITB)
Fachhochschule Münster



A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Irene Kudryavy'.

Irene Kudryavy
Senior Sales Managerin
Management Circle AG

Web Analytics

Bitte registrieren Sie mich für den: WS

- | | | |
|--------------------------|--|---------|
| <input type="checkbox"/> | 4. Oktober 2010 in Frankfurt/M. | 10-7494 |
| <input type="checkbox"/> | 12. Oktober 2010 in Hamburg | 10-7495 |
| <input type="checkbox"/> | 19. Oktober 2010 in München | 10-7496 |

1 Name/Vorname _____

Position/Abteilung _____

2 Name/Vorname _____

Position/Abteilung _____

Firma _____

Strasse/Postfach _____

PLZ/Ort _____

Telefon/Fax _____

@ E-Mail _____

Datum _____ Unterschrift _____

Ansprechpartner/in im Sekretariat: _____

Anmeldebestätigung bitte an: _____ Abteilung _____

Rechnung bitte an: _____ Abteilung _____

Mitarbeiter: BIS 100 100-200 200-500 500-1000 ÜBER 1000

Anmeldebedingungen

Die Teilnahmegebühr für die Zielgruppe und das eintägige Dialogforum beträgt inkl. Business Lunch, Erfrischungsgetränken und der Dokumentation nur € 169,-. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Bis zu zwei Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Tagungsgebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Warum Sie dieses Dialogforum besuchen sollten

Die eingeladenen Experten beantworten Ihnen unter anderem die folgenden Fragen:

- Wie setzen Sie Web Analytics richtig ein?
- Wie wählen Sie die passenden Lösungen für Ihr Unternehmen?
- Wie optimieren Sie effizient und zielgerichtet Ihre Website?
- Wie steigern Sie Ihre Konversionsraten?

Wen Sie auf diesem Dialogforum treffen werden

Die Veranstaltung richtet sich branchenübergreifend an Unternehmen, die ihr Online Business effektiv optimieren und zielgerichtet analysieren wollen. Angesprochen sind Mitglieder des Vorstandes und der Geschäftsführung sowie Leiter und leitende Mitarbeiter aus den Bereichen:

- Online Marketing
- Marketing und Vertrieb
- E-Business/ E-Commerce
- Informationsmanagement
- Werbung/ Multimedia
- Internet/ Intranet
- Business Development
- Controlling

Termine und Veranstaltungsorte

4. Oktober 2010 in Frankfurt/M.

Mövenpick Hotel Frankfurt City, Den Haager Straße 5, 60327 Frankfurt/M.
Tel.: 069/788075-0, Fax: 069/788075-888
E-Mail: hotel.frankfurt.city@moevenpick.com

12. Oktober 2010 in Hamburg

KAI 10-The Floating Experience c/o Mercure Hamburg City,
Amsinckstraße 53, 20097 Hamburg
Tel.: 040/236380, Fax: 040/234230, E-Mail: H1163-sb@accor.com

19. Oktober 2010 in München

Holiday Inn Munich-City Centre, Hochstraße 3, 81669 München
Tel.: 089/4803-0, Fax: 089/4488-277
E-Mail: hi.muenchen@whgeu.com

Für die Teilnehmer dieser Veranstaltung steht im jeweiligen Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zum Vorzugspreis zur Verfügung. Nehmen Sie die **Reservierung bitte rechtzeitig selbst direkt im Hotel** unter Berufung auf Management Circle vor. Die Anfahrtsskizze erhalten Sie zusammen mit der Anmeldebestätigung. **Ein Tipp: Unser Service-Team nennt Ihnen gerne günstige alternative Übernachtungsmöglichkeiten in der Nähe des Tagungshotels (Tel.: 0 61 96/47 22-700).**

Datenschutzhinweis

Die Management Circle AG und ihre Dienstleister (z.B. Lettershops) verwenden die bei Ihrer Anmeldung erhobenen Angaben für die Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen Angebote zur Weiterbildung auch von unseren Partnerunternehmen aus der Management Circle Gruppe per Post zukommen zu lassen. Unsere Kunden informieren wir außerdem telefonisch und per E-Mail über unsere interessanten Weiterbildungsangebote, die den vorher von Ihnen genutzten ähnlich sind. Sie können der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke selbstverständlich jederzeit gegenüber Management Circle AG, Postfach 56 29, 65731 Eschborn, unter datenschutz@managementcircle.de oder telefonisch unter 06196/4722-500 widersprechen oder eine erteilte Einwilligung widerrufen.