



Agenda

„Digitale Tools und Umsetzung der Marketingstrategie“ am Mittwoch, 07.04.2021 von 09:00 Uhr – 16:15 Uhr

Block I: 9:00 – 12:15 Uhr

- Das digitale Ökosystem verstehen und steuern
 - Ohne Ziel kein Weg
 - Das Ökosystem Digitalmarketing verstehen
 - Content als Währung, nicht als „King“
 - Content-Channel-Matrix entwickeln

- Owned Media: Ihre eigenen Kanäle
 - Die Website im Wandel zum dynamischen omnichannel-Hub
 - Customer Journeys kanalübergreifend gestalten
 - Aus Nutzerfeedback (Analytics, Surveys, Bewertungen, etc.) laufend lernen
 - Suchmaschinenoptimierung erfolgreich betreiben

Mittagspause 12:15 – 13:15 Uhr

Block II: 13:15 – 16:15 Uhr

- Earned Media: Resonanz muss man sich verdienen
 - Social Listening: die Themen der Zielgruppe aufgreifen, Influencer identifizieren
 - Online-PR als Chance nutzen
 - Social Media: eine Frage der Prozesse (und realistischer Erwartungen)

- Paid Media: die Welten der Werbung
 - Suchmaschinen: SEO oder SEA? Google Ads sinnvoll einsetzen
 - Social Media: Was und wie „boosten“? Sponsored Posts vs. Ads
 - Display: alter Wein in neue Schläuchen oder Preisbrecher?
 - Affiliate: der Umgang mit Portalen und Vertriebspartnern