

Workshop-Programm 14. Februar 2017

Hotel Novotel München City, Hochstraße 11, 81669 München

Google Workshops

09.00 **Google Workshop 1: Mit künstlicher Intelligenz effizient Sales steigern: AdWords Smart-Bidding**
Denis Dautaj, Search Audience & Automation Specialist, Google Germany GmbH

10.00 **Google Workshop 2: Was kam vor dem letzten Klick?**
Datengetriebene Attributionsmodelle in Google AdWords
Miriam Tappe, Solution Specialist Automation & Attribution, Google Germany GmbH

11.00 – 11.30 Kaffeepause

Workshops – Parallel laufend

11.30 **Instagram Workshop**

- Werbemöglichkeiten und Werbeformen
- Targeting Möglichkeiten
- Erfolgsfaktoren bei der Erstellung von Anzeigen

Helge Ruff, Geschäftsführer, 1-2-social

Snapchat Workshop

- Einführung in die Snapchat Funktionalitäten / Aktuelle Zahlen
- Storytelling mit Snapchat: Nutzung von Tools & Ads, Nutzung von Influencern
- Content Publishing: Snappen wie die Nutzer

Philipp Thurmman, Gesellschafter und Geschäftsführer, buddybrand GmbH

13.00 – 14.00 Mittagessen und Zeit für Gespräche

Workshops – Parallel laufend

14.00 **YouTube Workshop**

- Einführung in Display ads / Overlay ads / TrueView ads
- Einführung in Skippable video ads / Non-skippable video ads / Long non-skippable video ads
- Einführung in Sponsored cards / Masthead

Ralf Zmölnig, CEO, ROCKIT-INTERNET GmbH

Amazon Workshop

- Market Place Advertising (MPA)
- Amazon Marketing Services (AMS)
- Amazon Marketplace Marketing

Moritz Vollmer, Online Marketing Manager, ROCKIT-INTERNET GmbH

15.30 – 16.00 Kaffeepause

Workshops – Parallel laufend

16.00 **Facebook „Kompakt“ Workshop für Einsteiger**

- Einführung in Facebook Ads / Kampagnentypen und Werbeformate
- Gestaltung von Werbeanzeigen und Zielgruppendefinition
- Kampagnen-Setup im Ads Manager
- Aufsetzen & Verwalten der Kontostruktur (Business Manager, Seite, Werbekonto)
- Reporting/Lookalikes

Malte Galus, Digital Advertising Specialist, konstruktiv GmbH

Facebook „Professional“ Workshop für Fortgeschrittene

- Kampagnenplanung: welches Werbeformat passt zu welchem Performance-Ziel?
- Facebook Pixel: wie er aufgebaut ist und was er kann
- Optimierung: Alles aus dem Facebook Pixel raus holen
- Dynamic Ads: ideale Anwendungsfälle

Hansjörg Blase, Geschäftsführer und Frederike Busch, Marketing Manager, esome advertising GmbH

ca. 17.30 Ende der Workshops