



München, 16. November 2011

Holiday Inn Munich-City Centre

9:00

Begrüßung durch die Moderatorin

Daniela Zimmer, Redaktion INTERNET WORLD Business

Konversion ist ein Prozess und nicht nur ein Klick! - Nur wer den gesamten Prozess im Griff hat, kann dauerhaft erfolgreich sein.

Marcus Koch, Vorstand, Goldbach Interactive (Germany) AG

Webanalyse

9:45

Webanalyse, kostenlos oder kostenpflichtig?

- Vor- und Nachteile kostenloser und kostenpflichtiger Analysesysteme
- Wann lohnt sich ein kostenpflichtiges Tool, wo liegt der Mehrwert für Unternehmen?
- Wie verdient man mit Webanalyse Geld, welche Toolstrategie sollte man fahren?

Alexander Krull, Sales Director DACH, Webtrekk GmbH, Webtrekk GmbH

Wie Sie mit Mouse Tracking Ihre Konversionsraten steigern

Nora Beiteke, Key Account Manager, etracker GmbH

10:45

Kaffeepause und Besuch der begleitenden Ausstellung

Performance Management

11:15

Sind (Mobile) Kunden „Performance-Schmerzfrei“?!

- Welche Folgen haben Ladezeiten auf Konversion?
- Ursachenforschung 2.0
- Die Zukunft beginnt heute - wie kann ich mich absichern?

Frank Hereygers, Solution Consultant, Compuware

Produktempfehlungen

11:45

VerkäuferInnen Online - Wir helfen Ihnen Ihre Kunden kennenzulernen

- Können Sie Ihre Kunden persönlich bedienen? Können Sie allen, die wirklich interessanten Artikel zeigen?
- Wie Empfehlungsdienste Ihnen mit andauernder Echtzeitanalyse helfen
- Wie erhöhte Kundenzufriedenheit und Kundenbindung erhöhte Konversion ergibt

Eszter Nagy, Business Development Manager, Gravity Research & Development Ltd.

Social Commerce

12:00

Wie verändert das web 3.0 die Welt des Handelns nachhaltig?

- Wie Sie von der Macht des Kunden profitieren können?
- Wie Sie messbar Umsätze steigern durch social Commerce?

Börge Grothmann, Mitglied der Geschäftsleitung, eKomi Deutschland GmbH

Performance Management

12:30

Gewinn- und Umsatzmaximierung im E-Commerce

Stefan Ponitz, Leiter E-Commerce, netz98 new media gmbh

13:00

Mittagessen und Besuch der begleitenden Ausstellung

Produktsuche

14:00

Suche & Navigation: das Fundament des Conversion-Hauses

Markus Kehrer, Account Manager, FACT-Finder

Usability und User Experience als Erfolgsfaktoren

14:30

Der beste Optimierer ist Ihr Kunde - 50% mehr Umsatz durch Live-Testing / Ein Conversion Optimierung-Case mit Koffer Direkt

Tom Rother, Director Business Development, QUISMA GmbH

15:00

Usability vs. User Experience vs. Conversionrate-Optimierung - warum eigentlich nicht miteinander?

- Der Optimierungslebenszyklus - Usability, User Experience und Conversionrate-Optimierung richtig eingesetzt
- Der Einfluss von Usability, User Experience und Neuromarketing auf den Kaufentscheidungsprozess
- Praxisbeispiele

Anian Leistner, Web Business Consultant, TFT (Tomorrow Focus Technologies GmbH)

15:30

Kaffeepause und Besuch der begleitenden Ausstellung

Mobile / Bewegtbild / Social

16:00

Closed-Loop-Marketing für optimierte Kundenerlebnisse

Sven Fricke, District Manager, Adobe Systems GmbH

Best Practices

16:30

Dynamic Sales: Wie HSE24 mit Suche und Recommendation die Conversion optimiert.

Manuel Marchese, Projektleiter E-Commerce, HSE24 - Home Shopping Europe GmbH

Local Hero goes E-Commerce - Verbindung von Stationärem und Online-Handel

Ralf Mager, Online-Marketing Manager, LODENFREY

"social conversion" - Käufer im Wandel

Benjamin Loos, Arbeitskreisleiter Social Media, BDOA e.V.

18:00

Ende der Veranstaltung