



Hamburg,
25. bis 28. Mai 2011

Online Marketing Camp

- Tiefe Einblicke in Arbeitsweisen, Tools und Tricks der Branchenprofis
- Ausbildung direkt von den führenden Machern der Branche
- Alle Online-Marketing-Kanäle von A bis Z verstehen und bearbeiten
- Technische Hintergründe begreifen, intensive Marktkenntnisse gewinnen
- Netzwerk und Branchenkontakte auf- und ausbauen
- Fit machen für den nächsten Karriereschritt in Medien und Internet

Erfahrene Referenten führen mit Kurzvorträgen, Erfahrungsberichten, praktischen Übungen, Workshops und Diskussionen durch vier spannende Camp-Tage.

Das Online Marketing Camp an der Hamburg Media School in Kooperation mit

Online Marketing

In vier Tagen zum Branchenkenner

Die Relevanz des Online Marketing steigt täglich: Mit jedem neuen Breitbandzugang, jedem neuen Web-Angebot und jeder weiteren im Internet verbrachten Minute. Viele etablierte Unternehmen aus Medien, Handel, Touristik oder Finanzen haben erfahren, dass das Netz Branchendynamiken in kurzer Zeit für immer verändern kann. Einige nutzen die neuen Kräfte bereits geschickt, andere stehen aufgrund der digitalen Veränderungen vor großen Herausforderungen.

Die Online-Marketing-Branche wird täglich professioneller und komplexer. An die Stelle von klassischen Werbekampagnen treten Suchmaschinenmarketing, Google-Optimierung, Performance-Kampagnen, Affiliate-Konzepte und vieles mehr. Bei aller Komplexität gilt mehr denn je: Professionelles Online Marketing ist nahezu immer die Grundlage für Erfolg im Internet.

Die Hamburg Media School - mit ihren kompetenten Partnern von Universität Hamburg bis zur privaten Medienwirtschaft - hat ein Angebot konzipiert, das genau auf die Bedürfnisse des Marktes reagiert: kompakt und fundiert verbindet es tiefe Marktkenntnisse und praktische Anwendungen von und mit Branchenprofis.

Für wen konzipiert?

- Führungs- und Nachwuchskräfte aus klassischen Branchen wie Medien, Handel, Touristik, Finanzen, die einen intensiven Einblick in die verschiedenen Disziplinen des Online Marketings suchen.
- Young Professionals mit Internet-Knowhow und ersten Branchenerfahrungen, die ihr Wissen systematisieren und verbreitern wollen.
- Führungskräfte mittelständischer Firmen aus der analogen Welt, die neue Wachstumspotenziale für ihr Geschäft suchen.
- Jungunternehmer und Hochschulabsolventen mit dem Berufsziel Medien und Internet, die einen ersten großen Schritt in ihre Zielbranchen machen möchten.

Programm

Tag 1

- 9.00 Uhr Empfang
- 9.30 Uhr Beginn des Seminars
- 12.30 Uhr Mittagspause
- 19.00 Uhr Abschluss des ersten Tages

Einführung und Marktumfeld

- Marktüberblick Online Marketing-Branche
- Wichtige Marktteilnehmer und Wertschöpfungskette
- Marktusancen, Metrics und wichtige Marktbesonderheiten

Start und quick wins rund um Suchmaschinenmarketing

- Mechanik des Suchmaschinenmarketing
- Kampagnenplanung und Steuerung
- Erfolgsfaktoren von Keyword-Kampagnen
- Lokale Kampagnen
- Überblick SEM-Agenturen

Praxisteil: Workshop zum Suchmaschinen-Marketing

Tag 2

- 9.00 Uhr Beginn des Seminars
- 12.30 Uhr Mittagspause
- 19.00 Uhr Abschluss des zweiten Tages

Vertiefung Suchmaschinenmarketing und -optimierung

- Arbeitsweise der Suchmaschine
- Onsite- und Offsite-Optimierung
- Relevanz der Domain
- SEO und Technik: Basiswissen, Tricks und Trends
- Auswahl einer SEO-Agentur
- Überblick SEO-Software und Webmaster Tools

Diskussion: Zwei Profi-SEOs berichten von ihren Strategien, Netzwerken, Arbeitsalltagen und Erfahrungen

Tag 3

- 9.00 Uhr Beginn des Seminars
- 12.30 Uhr Mittagspause
- 19.00 Uhr Abschluss des dritten Tages
- 20.30 Uhr Optional: Gemeinsamer Ausflug ins Hamburger Nachtleben

Einstieg und Vertiefung der Disziplinen

Affiliate- und Performance Marketing

- Funktionsweise des Affiliate-Marketing und Marktstruktur
- Erfolg und Einsatz von Partnerprogrammen
- Monetarisierung über Partnerprogramme
- Marktentwicklung und Insights

Günstige Nutzer-Quellen und börsenartiger Handel mit Nutzern und Werbekontakten

- Günstige Werberestplätze im Internet: Chancen für Werbetreibende und Websitebetreiber

- Traffic-Händler und Wertschöpfungsketten
- Leadgenerierung
- Markenkontakte, Käufer oder Registrierungen günstig einkaufen
- Monetarisierung von Restplätzen

Diskussion und Präsentation von Erfolgsbeispielen: Zwei „Hidden Champions“ des Internet berichten

Tag 4

- 10.00 Uhr Beginn des Seminars
- 13.00 Uhr Mittagspause
- 16.30 Uhr Ende des Camps

Web-Analyse, Web-Controlling und Usability

- Werkzeuge der Web-Analyse
- Möglichkeiten und Ziele der Web-Analyse
- Conversion und Landing-Page-Optimierung

Praxisteil: Workshop Web-Analyse inklusive Live-Tests

Zukunft des digitalen Marketing, Trends und Schlüsselentwicklungen

- Neue Wege bei Inhalte-Kreation und digitaler Produktion
- Content-Syndizierung
- Highlights des digitalen Marketing – best practice
- Kreative Vermarktungs-Strategien (soziale Netzwerke insbesondere Facebook, neue Wege der Distribution von Marken)

Abschluss: Überblick Jobprofile und Karrieremöglichkeiten im Online Marketing

Referentenauswahl

Christoph Burseg

ist Geschäftsführender Gesellschafter der TRG - The Reach Group, einem Beratungsunternehmen für strategisches Online Marketing. Zuvor war Christoph Burseg Senior Produktmanager bei Axel Springer / Welt Online und Projektleiter im Bereich Search Engine Optimization bei AOL Deutschland sowie Consultant für RTL Interactive.

Timo Förster

ist Head of E-Commerce im Team von Performance Media. Die Hamburger Agentur hat sich auf erfolgsorientierte Vertriebs- und Branding-Kampagnen spezialisiert.

Christian Gast

der Wirtschaftsinformatiker war als Director Innovations bei

Interone Worldwide (Omnicom-Gruppe) tätig, seit 2010 ist er Leiter und Inhaber der Good School, wo er seine langjährige Expertise für Social Media Optimization und Social Media Controlling weitergibt.

Olaf Krüger

gehört zu den Pionieren der Online-Werbung und beschäftigt sich seit über 10 Jahren mit dem Thema Suchmaschinenmarketing (SEM). Er betreibt erfolgreich SEO- und SEA-Consulting und gibt sein Wissen in Workshops und Seminaren an namhafte Unternehmen weiter.

Dominik Laudage

verantwortet den Bereich „Media Optimization“ bei G+J Electronic Media Sales (EMS) – mit den Themen Restplatzvermarktung, Einbindung performancebasierter Partner auf Sonderwerbeflächen sowie Preis- und Inventarstrategie von G+J EMS.

Jochen Maaß

gründete schon im Alter von 15 Jahren sein erstes Internet-Unternehmen. In 2000 erfolgte die Gründung der SEO-Agentur artaxo, die mit ihren derzeit 30 Mitarbeitern zu den führenden Agenturen in Deutschland gehört. Jochen Maaß ist Gründer und Geschäftsführer von Hanse Ventures, der Hamburger Internet-Holding für innovative Gründer und Web-Unternehmen.

Denis Maibaum

ist Global Product Manager bei der zanox AG in Berlin. Entwickelt zusätzlich eigene Webprojekte und berät Unternehmen bei Fragen der Vermarktungsstrategie im Internet.

Lennart Paulsen

war mehrere Jahre Mitarbeiter im Adwords-Team von Google Deutschland. Seit 2008 Geschäftsführer der auf Web-Analyse und Landing Page Conversion spezialisierten Agentur Trakken. Betreibt den Blog inside-sem.com.

Sven-Olaf Peeck

arbeitete für die Hamburger Agentur eprofessional in der Betreuung von SEA-Kampagnen. Seit 2008 selbständiger Berater im Bereich Online- und Suchmaschinenmarketing.

Arne Pokrandt

war als AdSense Account Manager bei Google für die größten deutschen, österreichischen und Schweizer Webseiten tätig. Gründete 2009 die Firma AdConversion, die Verlagen bei der AdSense Monetarisierung und Optimierung hilft.

Patrick Singer

war im Bereich Operation Management und Business Development bei Google in Irland. Seit 2008 bei Google in Hamburg Produkt-Trainer für Werbeagenturen, insbesondere zu den Werbe- bzw. Analyse-Tools Google AdWords und Google Analytics.

Daniel Skoda

ist seit über 10 Jahren im Online-Marketing tätig, u.a. für Bertelsmann und die Portale AOL & Lycos. Mit den Anforderungen von Publishern, Vermarktern, Netzwerken und Werbekunden somit bestens vertraut. Ist besonders versiert bei den Themen Restplatzvermarktung, Performance-Kampagnen und Sonderwerbeflächen.

Seminarleitung

Philipp Westermeyer

ist Absolvent der Hamburg Media School. Assistent des Vorstandsvorsitzenden der Gruner + Jahr AG und danach zwei Jahre Analyst und Investment Manager bei Gruner + Jahr New Media Ventures. Gründete 2009 die Online-Vermarktungsfirma adyard.

Wissenschaftliche Leitung

Prof. Dr. Armin Rott

ist Universitätsprofessor für Volkswirtschaftslehre – insbesondere Medienökonomie – an der Universität Hamburg und leitet die Studiengänge Medienmanagement an der Hamburg Media School..

Zertifikat

Alle Teilnehmer erhalten nach dem Seminar ein Zertifikat der Hamburg Media School. Für studentische Teilnehmer ist bei Ablegen einer Prüfung die Vergabe von 6 Leistungspunkten (ECTS) möglich, die nach Rücksprache auch an anderen Hochschulen angerechnet werden.

Anmeldung und Information Online Marketing Camp VII, 25. bis 28. Mai 2011

- Ja, ich nehme teil zum Preis von € 1.449 zzgl. MwSt. p.P.
- Ja, ich nehme teil zum Vorzugspreis von € 949 zzgl. MwSt. p.P.
Für Mitarbeiter von Unternehmen des Fördervereins der HMS, für Unternehmen mit weniger als 10 Mitarbeitern (z.B. Start-Ups)
- Ja, ich nehme teil zum Vorzugspreis von € 449 zzgl. MwSt. p.P.
Für Studenten und Absolventen mit dem Berufsziel Medien und Internet (Berufserfahrung bisher weniger als ein Jahr)

Bitte sprechen Sie uns an, wenn Sie einzelne Veranstaltungsteile buchen möchten

Meine Adresse lautet wie folgt:

Name, Vorname	
Firma	
E-Mail-Adresse	
Straße	
PLZ, Ort	
Telefon	Fax
Datum, Unterschrift	

Unsere Hotelempfehlung:

Motel One Hamburg-Alster
Steindamm 96-102
20099 Hamburg

Tel.: +49/40/4192497-0
Fax: +49/40/419249710
hamburg-alster@motel-one.com

Schriftlich: Hamburg Media School
Finkenau 35
22081 Hamburg

Telefonisch: +49 (0) 40 413468-18

Fax: +49 (0) 40 413468-10

E-Mail: om@hamburgmediaschool.com

Teilnahmebedingungen

Der Teilnahmebetrag inklusive Pausengetränken und Frühstück beträgt pro Person EUR 1.449, EUR 949 oder EUR 449 und ist nach Rechnungserhalt fällig. Nach Eingang der Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, nach dieser Frist wird die Hälfte des Teilnahmebetrags erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Kleinere Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.