

Hamburg, 20.-23.September 2017

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-Z verstehen und bearbeiten*

*Fit machen für den nächsten
Karriereschritt in Medien
und Internet*

Wie man mit
Google, Facebook & Co.
erfolgreich ist –
„In vier Tagen zum
Branchenkenner“

Inhalte & Ablauf

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 all dieser 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-Know-how 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.

Tag 1 (Beispiel)

- 9.00 Uhr *Empfang*
- 9.30 Uhr *Beginn des Seminars*
- 12.30 Uhr *Mittagspause*
- 19.30 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*

Einführung und Marktumfeld

- 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-Tool

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*
- 12.30 Uhr *Mittagspause*
- 15.00 Uhr *Abschluss des vierten Tages*

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 Vermarktungsstrategien (soziale Netzwerke insbesondere Facebook, neue Wege der Distribution von Marken)

Abschluss

Überblick Jobprofile und Karrieremöglichkeiten im Online Marketing

Preise

1.849 EUR zzgl. MwSt.

1.399 EUR zzgl. MwSt. Für Mitarbeiter von Unternehmen der HMS Stiftung, für Unternehmen mit weniger als zehn Mitarbeitern, Start-Ups oder Selbstständige

749 EUR zzgl. MwSt. Für Studenten und Absolventen mit Berufserfahrung weniger als ein Jahr

Zertifikat und Anrechnung

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.

Quick Wins

Die Teilnahme am Online Marketing Camp stellt ein lohnendes Investment für Sie und Ihren Arbeitgeber dar. Wir vermitteln Ihnen Wissen, das Sie direkt anwenden können und ermöglichen Ihnen und Ihrer Organisation somit direkte „Quick wins“. Sie entwickeln und erweitern Ihr professionelles Netzwerk und gewinnen eine neue Perspektive auf Ihre Tätigkeit. Absolventen mit dem Berufsziel Internet und Medien verschafft die Veranstaltung direkte Wissens-, Erfahrungs- und Netzwerkvorteile gegenüber Mitbewerbern und die Chance, damit bei künftigen Arbeitgebern zu punkten.

Referenten

(Auswahl)

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.

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

Erik Siekmann

ist Gründer der Digital Forward GmbH, einer eCommerce-Beratungsfirma, die sich durch langjährige unternehmerische Branchenexpertise seiner Macher auszeichnet. Erik hat den deutschen Markt für Blumenversand mit seinen Projekten Valentins (Exit an Burda 2004) und Blume 2000 maßgeblich geschaffen und gestaltet.

Olaf Krüger

gehört zu den Pionieren der Online-Werbung und beschäftigt sich seit über zehn 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.

Jochen Maaß

ist Internet-Unternehmer seitdem er 15 ist. Im Jahr 2000 gründete er die SEO-Agentur artaxo AG. Anfang 2010 gründete er u. a. mit Dr. Bernd Kundrun, und Rolf Schmidt-Holtz die Startup-Schmiede Hanse Ventures (www.hanseventures.com). Seitdem ist er Geschäftsführer des Hamburger Internet-Inkubators.

Patrick Klingberg

ist CEO der Agentur für Suchmaschinenoptimierung und Content Marketing artaxo GmbH. Seine thematischen Schwerpunkte sind Off-Page-SEO und -Marketing. Bei der artaxo GmbH verantwortet er neben dem Marketing auch das Qualitätsmanagement. Zuvor war er fünf Jahre Geschäftsführer der Agentur für internationales OffPage-Marketing wirkungsvoll GmbH, die mittlerweile mit artaxo fusioniert ist.

Sven-Olaf Peeck

arbeitet für die Hamburger Agentur eprofessional in der Betreuung von SEA-Kampagnen. Seit 2008 selbständiger Berater im Bereich Online- und Suchmaschinenmarketing. 2011 gründeter er mit Partnern die Social Media Agentur crowdmedia.

Kontakt

Prof. Dr. Armin Rott

ist Professor für Volkswirtschaftslehre – insbesondere Medienökonomie – an der Universität Hamburg und leitet die MBA-Studiengänge an der Hamburg Media School



Prof. Dr. Armin Rott

*Wissenschaftlicher Leiter Medienmanagement
Telefon +49 40 413468-33
a.rott@hamburgmediaschool.com*

Philipp Westermeyer

war Vorstandsassistent bei der Bertelsmann AG und Investment Manager bei Gruner + Jahr AG. Danach gründete er mit Partnern das Vermarktungsnetzwerk adyard, das er 2011 an Gruner + Jahr verkaufte. Aktuell baut er met-rigo auf und macht u. a. die Online Marketing Rockstars- Konferenz mit der HMS.



Philipp Westermeyer

*Geschäftsführer met-rigo GmbH
Telefon +49 174 7237382
p.westermeyer@hamburgmediaschool.com*

Frederike Wettengel

ist an der HMS für die Weiterbildungsangebote im Bereich Online Marketing der Executive Education zuständig und berät Sie gerne zu unseren weiteren Seminarangeboten.



Frederike Wettengel

*Executive Education
Telefon +49 40 413468-22
f.wettengel@hamburgmediaschool.com*

Die Hamburg Media School wird unterstützt von:



SCHICKLER
Unternehmensberatung



dpa ● ● ●



FrankOtto | ● ● ● ● ● ● ● ●
Medien



POLYPHON
FILM- UND FERNSEHGESELLSCHAFT MBH

DIGITAL FORWARD



axel springer ■



ProSiebenSat.1
Media AG



NDRmedia

DER SPIEGEL



na-news aktuell
Ein Unternehmen der dpa-Gruppe



UFA



Heise Medien Gruppe



LACORE
Rechtsanwälte



CINE POST
PRODUCTION



FUNKE
MEDIEN GRUPPE



MEDIA GROUP

ORCA VAN LOON

DIE ZEIT



Fachverband Aussehenwerbung e.V.

GANSKE
VERLAGS GRUPPE



ELEPHANT SEVEN

CINECENTRUM



Google

DR.THIELBEER CONSULTING

Just Software

★★★★
EUROPÄISCHER HOF
HAMBURG



ndF:

17:30 SAT.1 REGIONAL

Hamburg Media School
Executive Education, Frederike Wettengel
Finkenau 35, 22081 Hamburg
Telefon: +49 40 413468-22
f.wettengel@hamburgmediaschool.com
www.hamburgmediaschool.com

