

FREUEN SIE SICH AUF UNSER PROGRAMM

9:00 – 9:45

Einlass Fachbesucher **NETWORKING: WELCOME COFFEE**

9:45 – 10:00

JÖRG BOTHE Willkommen zurück!
Trendbühne 1. Stock

10:00 – 10:20

NIELS DELATER Gründer & CEO
Spectos GmbH

10:20 – 10:40

SERKAN ANTMEN Leiter DVPT-Akademie
Mitgliederbetreuung, Post und Informationslogistik

10:40 – 11:00

DR. STEFFEN EGNER Gründer & CEO
MediaAnalyzer Software & Research GmbH

11:00 – 11:30

Ausstellung EG **NETWORKING BREAK: COFFEE & SNACK**

11:30 – 12:00

FRANK VOGEL Sprecher der Geschäftsleitung
G+J Electronic Media Sales GmbH

12:00 – 12:20

MAXIMILIAN GRAF STOLBERG Geschäftsführer
DataLab. GmbH.

12:20 – 12:35

MICHAEL SCHIFFER Geschäftsführender Gesellschafter
Michael Schiffer Dialog GmbH

12:35 – 13:00

PETER SCHWAN Leiter Strategisches Marketing
SSI Schäfer Shop GmbH
JOHANNES VAN DE LOO General Manager
SmartCom GmbH

13:00 – 14:00

Ausstellung EG **NETWORKING BREAK: LUNCH & DRINK**

14:00 – 14:30

GUIDO WIEGAND Chief Marketing Officer
Studiosus Reisen München GmbH

14:30 – 15:00

ANDREAS KLUG Vorstand Marketing
ITyX Solutions AG

15:00 – 15:30

DENNIS MAAS Consultant
CMX Consulting GmbH

15:30 – 16:00

Ausstellung EG **NETWORKING BREAK : COFFEE & CAKE**

16:00 – 16:30

KARL WERNER SCHMITZ
KWS Haptische Verkaufshilfen e.K.

16:30 – 16:45

VINZENZ SCHMIDT Geschäftsführer
WIRTZ DRUCK GmbH & Co. KG

16:45 – 17:15

ADRIAN BÜHLER Managing Director
Agentur Geometry Düsseldorf

17:30

FINISH TRENDBÜHNE

Niels Delater

David versus Goliath – Wie profitieren Sie? Gute Zustellqualität ist kein Zufall: Wie Sie Ihr Direktmarketing mit Laufzeitmessungen optimieren

Der deutsche Postmarkt verzeichnet konstante Briefmengen, Printprodukte erleben eine Renaissance. Die Wertigkeit des Briefkastens als frei zugänglicher Werbekanal kombiniert mit den Erwartungen der Empfänger an Zuverlässigkeit und Sicherheit rücken die Bedeutung von Printmedien in den Fokus. Gleichzeitig verändert sich der Markt – neue Dimensionen entstehen mit immer neuen Dienstleistungen. Umso bedeutsamer wird ein Qualitätsmonitoring des gesamten Zustellprozesses: Wie erfahren Sie, ob Ihre Mailings in der erwarteten Zustellqualität beim Empfänger ankommen? Wie erzielt Ihre Direktmarketing-Kampagne maximale Wirkung?

Serkan Antmen

„Totgesagte leben länger!“ – Zeitreise in die Zukunft des Briefes. Und wir blicken auf die Player – Gelb versus Bunt? Wie profitieren Versender vom aktuellen Marktgeschehen?

Der Brief war schon zu seiner Entstehung ein Premiumprodukt, da zur damaligen Zeit nur wenige Menschen lesen und schreiben konnten. Heute im Internet-Zeitalter sehen wir die Entwicklung des Briefes vom Massenmedium zum Premiumprodukt und ein Revival des handgeschriebenen Briefes! Wir schauen auf den Markt und die seit Öffnung des Marktes etablierten Dienstleister.

Dr. Steffen Egner

Spielregeln der neuen Medienwelt! Wie gelingt es zu berühren! Wie schaffen wir die Momente der ungeteilten Aufmerksamkeit! EmotionTracking – AttentionTracking – Learnings aus 15 Jahren Werbewirkungsforschung

Studien zeigen: Die Wirksamkeit von Maßnahmen im Dialogmarketing werden zu über 50 Prozent von der Kreation beeinflusst. Wie diese getestet und optimiert werden können, zeigt dieser Vortrag anhand interessanter Beispiele und eigener Erkenntnisse. Dr. Steffen Egner zeigt praxisnah die Wirkung von Werbekampagnen im jeweiligen Medium z.B. Anzeige, Plakat, Handzettel, Mailing, Katalog etc. Blickaufzeichnungs-Verlauf: Wie wir-

ken Printmedien auf den Beobachter? Welche Trends ergeben sich hieraus? Was gilt für die zeitgemäße Gestaltung papier-affiner Werbeformen?

Frank Vogel

Print im Jahr 2018 – Warum Zeitschriften Produkte für eine digitale Gesellschaft sind

Print und Digital – das muss kein Gegensatz sein. Nicht entweder oder, sondern sowohl als auch. Kein Zweifel: Die Digitalisierung schreitet immer weiter voran und genau das verändert eine Gesellschaft und ihre Bedürfnisse. Wo ein Megatrend ist – und die Digitalisierung ist zweifels- ohne ein Megatrend – ist immer auch ein Gegentrend auszumachen. In diesem Fall die Sehnsucht nach dem „Analogen“, nach dem „Anfassbaren“ und nach der Entschleunigung. Und genau dort kommen Zeitschriften ins Spiel und können ihre größten Vorteile ausspielen. Welche das sind, darum geht es im Vortrag von Frank Vogel. Print im Jahr 2018 – warum Zeitschriften Produkte für eine digitale Gesellschaft sind.

Maximilian Graf Stolberg

Doreen Radis

The future is now! – Data Driven Campaign Optimization. Von den Mindestanforderungen für datengetriebene Kampagnenoptimierung bis zur Identifikation und dem Vergleich erfolgreicher Kampagnen, bis zum Closed Loop der On- mit der Offline-Welt

Big Data im Retail: Wie ziehe ich wertvolle Insights aus den Daten meiner Kunden? • Die Entwicklung der Zukunft – Von Big Data zu Smart Data mit Crossmedia • Identifikation wertvoller Kunden. Der Kunde im Ganzen – 360° nutzbares Kundenwissen • Identifikation von Shopping Behaviours und Ableitung der Kundenbedürfnisse.

Michael Schiffer

Mensch und Medien – im Umbruch 4-Augen-im-Dialog: Michael Schiffer im Gespräch mit Jörg Bothe

Was bewegt einen Menschen zu seinem Handeln? Was sind die richtigen Wege, um „intelligente Print-Medien“ zu produzieren?

Peter Schwan / Johannes van de Loo

Was leistet die Individualisierung von Print-Kampagnen bei der Kundenansprache?

Peter Schwan zeigt wie SSI Schäfer Shop wesentliche Teile der Print-Kommunikation durch tiefgreifende Individualisierungen der Angebote aufwertet. Der Marketing-Strategie gibt Einblicke darin, welchen Einfluss maßgeschneiderte Inhalte auf den Umsatz und die Auftragsquote des B2B-Versenders nehmen. Johannes van de Loo liefert ergänzend dazu Impulse, wie der Weg zur erfolgreichen Print-Individualisierung gelingt. Das Unternehmen SmartCom begleitet SSI Schäfer Shop auf dem Weg zur individualisierten Kundenkommunikation und setzt dabei vor allem auf Erfindungsgeist sowie die Automatisierung der Prozesse.

Guido Wiegand

Reisekatalog Auslaufmodell oder Dialoginstrument?

Für viele Beobachter ist der Reisekatalog als Informationsquelle ein Auslaufmodell: Inspiration, Information und Buchung rund um die Urlaubsreise finden im Internet statt. Welches Zukunftspotenzial sich in einem „Auslaufmodell“ verbirgt, wenn man neu denkt und neue Wege geht, berichtet Guido Wiegand in seinem Vortrag über eine Innovation, die in der Reisebranche ihresgleichen sucht.

Andreas Klug

Wie intelligent ist Künstliche Intelligenz? Die Poststelle im Digitalen Wandel – Der Einfluss der Künstlichen Intelligenz (KI) auf den Posteingang von morgen!

Mit den großen Entwicklungsschritten des Internets (IoT, Internet der Dinge), der mobilen Endgeräte und Big Data stehen wir mit Künstlicher Intelligenz (KI) und „intelligenten Maschinen“ vor dem vielleicht bedeutendsten Schritt in der Entwicklung unserer modernen Industriegesellschaft. KI ist ein zentraler Treiber für neue Geschäftsmodelle, bei denen digitale und physische Erlebnisse verschmelzen. In seinem Vortrag wird Andreas Klug anhand von Praxisberichten erläutern, welchen Einfluss KI auf die Unternehmensprozesse von morgen haben wird.

Dennis Maas

Customer Experience – It's all about the Journey!

Customer Experience als Neuausrichtung für Marketing, Vertrieb & Service
Die Customer Journey steht im Mittelpunkt für ein profitables Wachstum. In seinem Vortrag präsentiert Dennis Maas typische Missverständnisse der Kundenorientierung aus der Praxis und skizziert verschiedene Konzepte und Instrumente zur Verbesserung der Customer Experience.

Karl Werner Schmitz

Haptik – Verlierer oder unveränderter Hidden Champion in der digitalen Welt? Sinnvolle Haptik gewinnt immer.

Sage es dem Kunden, und er wird es vergessen • Zeige es dem Kunden, und er wird es vielleicht behalten • Lass es ihn tun, und er wird es für immer wissen.

Vinzenz Schmidt

mailingtage & mailingliebe: eine Liebe, die nicht vergeht, weil sie mit der Zeit geht!

In scheinbar digitalnahen Zeiten ist die kanalübergreifende Kampagnenoptimierung wichtiger denn je! Mit welcher Stärke überzeugen wir Branchen, Zielgruppen? • Mit welcher Liebe zum Detail, welchen kreativen Dialogpost-Ideen erreichen wir die Generation Alpha? • Wie müssen Direktmarketing Best Cases gestaltet sein, damit sie alle gesetzten Standards erfüllen und dabei nicht an Kreativität verlieren?

Adrian Bühler

Preisgekröntes Journey-Marketing – Wie Dialog die Zukunft der Kommunikation bestimmt!

Wie wir mit Journey-Marketing an den richtigen Touchpoints Mehrwerte schaffen und einen besseren Kundendialog aufsetzen. Eine Vorstellung von Expertise mit mehreren, teils preisgekrönten, Beispielen zu Ihrer Inspiration.“

Besucher WLAN

Netzwerk Name: MT-Besucher

Passwort: SDVmedien

mailingtage

2018 Dialogmarketing · Crossmedia