

## Montag, 11. November 2019

09.30 – 09.40	<b>Begrüßung</b> <i>Enrico Gemsa, Projektleiter der SEO/SEA WORLD und Redakteur Internet World Business (Moderator)</i>
09.40 – 10.10	<b>Die neuen Werbeformate bei Google   KEYNOTE</b> <i>[Google]</i>
10.10 – 10.40	<b>Keyword-Analyse: Das richtige Wort zur richtigen Zeit   VORTRAG</b> <i>tba</i>
10.40 – 11.10	<b>Pimp my Snippets: An die SERP-Spitze durch Featured und Rich Snippets   VORTRAG</b> <i>Mario Träger, Geschäftsführer von Webworks</i>
11.10 – 11.30	<b>Kaffeepause</b>
11.30 – 12.15	<b>Aktuelle Themen rund um Google, SEO und SEA   PANEL</b> <i>Landwehr, Träger und Wenderholm</i>
12.15 – 12.45	<b>Mobile SERP: Bessere Platzierungen bei der mobilen Suche   VORTRAG</b> <i>tba</i>
12.45 – 13.45	<b>Lunch</b>
13.45 – 14.15	<b>Von Short-Head und Long-Tail zum Sales-Funnel und Personas: Priorisierung von SEO-Maßnahmen   VORTRAG</b> <i>Malte Landwehr, Vice President Product von Searchmetrics</i>
14.15 – 14.45	<b>Voice Search: Herausforderung oder nur SEO-Hausaufgaben?   VORTRAG</b> <i>Gero Wenderholm, SEO-, Voice- und Online-Marketing Experte</i>
14.45 – 15.15	<b>Google Ads: Aktuelle Features für Search-Kampagnen   VORTRAG</b> <i>tba</i>
15.15 – 15.30	<b>Kaffeepause</b>
15.30 – 16.00	<b>Bumper und Video Ads auf YouTube erstellen   VORTRAG</b> <i>[YouTube]</i>
16.00 – 16.40	<b>Kanalübergreifende Kampagnen zwischen Google und YouTube   CASE</b> <i>tba</i>
16.40	<b>Ende des ersten Konferenz-Tages</b>



# SEO/SEA WORLD Conference

Für Google- und YouTube-Marketeers

Dienstag, 12. November 2019

09.25 – 09.30	<b>Begrüßung</b> <i>Enrico Gemsa, Projektleiter der SEO/SEA WORLD und Redakteur Internet World Business (Moderator)</i>	
09.30 – 10.10	<b>DSGVO und ePrivacy: Worauf muss eine Webseite hinweisen</b>   VORTRAG <i>Michael Neuber, Bereichsleiter Politik und Recht des BVDW</i>	
10.15 – 10.45	<b>Optimierung von Webseiten mit "Schema.org"</b>   VORTRAG <i>tba</i>	
10.45 – 11.00	<b>Kaffeepause</b>	
	<b>BASIS-WORKSHOP I</b>	<b>PRO-WORKSHOP I</b>
11.00 – 12.00	<b>SEA-Kampagnen in Google Ads planen, umsetzen und optimieren</b> <i>Alexander Ficker, Teamleiter SEA/PPC bei Xpose360</i>	<b>Google Shopping gezielt platzieren und effektiv nutzen</b> <i>tba</i>
12.00 – 13.00	<b>Lunch</b>	
	<b>BASIS-WORKSHOP II</b>	<b>PRO-WORKSHOP II</b>
13.00 – 14.00	<b>Google My Business: Unternehmensstandort in der digitalen Welt</b> <i>Rico Melzer, Digital Marketing Strategist bei Deptagency</i>	<b>Keyword-Strategien: Konkurrenzseiten in SEO und SEA den Rang ablaufen</b> <i>Arne Rosemeyer, Geschäftsführer von AdStrat</i>
14.00 – 14.15	<b>Kaffeepause</b>	
	<b>BASIS-WORKSHOP III</b>	<b>PRO-WORKSHOP III</b>
14.15 – 15.15	<b>Erfolg mit Content-Kampagnen: Traffic verstehen, zuordnen und richtig messen</b> <i>Kai Spiestersbach, Strategie Consultant Partner bei Eology</i>	<b>Technical SEO: Finale Kniffe bei der Webseiten-Optimierung</b> <i>tba</i>
15.15 – 15.30	<b>Kaffeepause</b>	
15.30 – 16.00	<b>Psychologische Performance-Optimierung in der Praxis</b>   VORTRAG <i>tba, Team23</i>	
16.00 – 16.30	<b>Charmant vs. frech: Erfolgreiche Kampagnen, die sich nicht jeder zutraut</b>   CASE <i>tba, Elbkind mit Kunden "Ritter Sport"</i>	
16.30	<b>Zusammenfassung und Ende der Veranstaltung</b> <i>Enrico Gemsa, Moderator</i>	

#seoseaworld