



SEO/SEA WORLD Conference

Für Google- und YouTube-Marketeers

Montag, 11. November 2019

09.30 – 09.40	Begrüßung <i>Enrico Gemsa, Projektleiter der SEO/SEA WORLD und Redakteur Internet World Business (Moderator)</i>
09.40 – 10.10	Full Automation for Online Sales & Store Visits by Google KEYNOTE <i>Lidia Schneck und Selcuk-Ilhan Akyildiz, Measurement and Display Specialists bei Google</i>
10.10 – 10.40	Keyword-Analyse: Vom Keyword zum IntentSynapsenRockkonzert VORTRAG <i>Ralf Zmölnig, Geschäftsführer von Rockit Internet</i>
10.40 – 11.10	Pimp my Snippets: An die SERP-Spitze durch Featured und Rich Snippets VORTRAG <i>Mario Träger, Geschäftsführer von Webworks</i>
11.10 – 11.30	Kaffeepause
11.30 – 12.15	"Ok Google, was kommt als nächstes?" PANEL <i>Moderierte Diskussion mit Speakern des Tages</i>
12.15 – 12.45	Mobile SERP: Bessere Platzierungen bei der mobilen Suche VORTRAG <i>tba</i>
12.45 – 13.45	Lunch
13.45 – 14.15	Von Short-Head und Long-Tail zum Sales-Funnel und Personas: Priorisierung von SEO-Maßnahmen VORTRAG <i>Malte Landwehr, Vice President Product von Searchmetrics</i>
14.15 – 14.45	Voice Search: Herausforderung oder nur SEO-Hausaufgaben? VORTRAG <i>Gero Wenderholm, SEO-, Voice- und Online-Marketing Experte</i>
14.45 – 15.15	Google Ads: Aktuelle Features für Search-Kampagnen VORTRAG <i>Christina Mosebach, Digital Consultant SEA bei OMMAX</i>
15.15 – 15.30	Kaffeepause
15.30 – 16.00	The new normal in Search Advertising: "Fullistic" Automation VORTRAG <i>Solveig Neumann und Denis Dautaj, Automation Specialists bei Google</i>
16.00 – 16.40	Google Ads & Shopping - 5 Cases in 30 Minuten CASE <i>Robin Heintze, Geschäftsführer von morefire</i>
16.40	Ende des ersten Konferenz-Tages

#seoseaworld



SEO/SEA WORLD Conference

Für Google- und YouTube-Marketeers

Dienstag, 12. November 2019

09.25 – 09.30	Begrüßung <i>Enrico Gemsa, Projektleiter der SEO/SEA WORLD und Redakteur Internet World Business (Moderator)</i>	
09.30 – 10.15	DSGVO und ePrivacy: Worauf muss eine Webseite hinweisen VORTRAG <i>Michael Neuber, Bereichsleiter Politik und Recht des BVDW</i>	
10.15 – 10.45	Shopping erfindet sich neu: Aktuelle Möglichkeiten mit Google VORTRAG <i>ShoppingTwins und Sebastian Schüle, Product Specialists Shopping Ads DACH bei Google</i>	
10.45 – 11.00	Kaffeepause	
	BASIS-WORKSHOP I	PRO-WORKSHOP I
11.00 – 12.00	SEA-Kampagnen in Google Ads planen, umsetzen und optimieren <i>Alexander Ficker, Teamleiter SEA/PPC bei Xpose360</i>	Optimierung auf Life-Time-Value mit Search Ads 360 VORTRAG <i>Christian Arold, Head of Programmatic Search and Performance von e-dialog</i>
12.00 – 13.00	Lunch	
	BASIS-WORKSHOP II	PRO-WORKSHOP II
13.00 – 14.00	Google My Business: Unternehmensstandort in der digitalen Welt <i>Rico Melzer, Digital Marketing Strategist bei Deptagency</i>	Keyword-Strategien: Konkurrenzseiten in SEO und SEA den Rang ablaufen <i>Arne Rosemeyer, Geschäftsführer von AdStrat</i>
14.00 – 14.15	Kaffeepause	
	BASIS-WORKSHOP III	PRO-WORKSHOP III
14.15 – 15.15	Erfolg mit Content-Kampagnen: Traffic verstehen, zuordnen und richtig messen <i>Kai Spiestersbach, Strategie Consultant Partner bei Eology</i>	Technical SEO: Finale Kniffe bei der Webseiten-Optimierung <i>tba</i>
15.15 – 15.30	Kaffeepause	
15.30 – 16.00	Psychologische Performance-Optimierung in der Praxis VORTRAG <i>Christian Reichart und Hendrik Cammann, Design & Frontend-Entwicklung von Team23</i>	
16.00 – 16.30	Charmant vs. frech: Erfolgreiche Kampagnen, die sich nicht jeder zutraut CASE <i>tba, Elbkind mit Kunden "Ritter Sport"</i>	
16.30	Zusammenfassung und Ende der Veranstaltung <i>Enrico Gemsa, Moderator</i>	

#seoseaworld