



SEO/SEA WORLD Conference

Für Google- und YouTube-Marketeers

Raum: Conference 3D	Montag, 11. November 2019
09.30 – 09.40	Begrüßung <i>Djüre Meinen, Inhaber/Einzelunternehmer</i>
09.40 – 10.10	Drive results with new Automated and Multi-Channel Campaign types 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>Thomas Heuer, Senior Account Manager von Resolution Media</i>
12.45 – 13.45	Lunch
13.45 – 14.15	SEO 2020 – Fakten Check: Was ändert sich wirklich durch Voice, BERT & Co? 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 und Ramona Schüßler, SEA-Expertin von morefire</i>
16.40	Ende des ersten Konferenz-Tages



SEO/SEA WORLD Conference

Für Google- und YouTube-Marketeers

Raum: Conference 3D	Dienstag, 12. November 2019	
09.25 – 09.30	Begrüßung <i>Djüre Meinen, Inhaber/Einzelunternehmer</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>Geesche Halper und Sebastian Schüle, Product Specialists Shopping Ads DACH bei Google</i>	
10.45 – 11.00	Kaffeepause	
11.00 – 11.30	Psychologische Performance-Optimierung in der Praxis VORTRAG <i>Christian Reichart und Hendrik Cammann, Design & Frontend-Entwicklung von Team23</i>	
11.30 – 12.00	Charmant vs. frech: Erfolgreiche Kampagnen, die sich nicht jeder zutraut CASE <i>Gianna Krolla, Senior Social Media Managerin bei Elbkind Reply mit Kunden "Ritter Sport"</i>	
12.00 – 13.00	Lunch	
	WORKSHOP I	WORKSHOP II
	Raum: Conference 2B	Raum: Conference 2A
13.00 – 14.00	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 <i>Christian Arold, Head of Programmatic Search and Performance von e-dialog</i>
14.00 – 14.15	Kaffeepause	
	WORKSHOP III	WORKSHOP IV
	Raum: Conference 2B	Raum: Conference 2A
14.15 – 15.15	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>
15.15 – 15.30	Kaffeepause	
	WORKSHOP V	
	Raum: Conference 2B	
15.30 – 16.30	Erfolg mit Content-Kampagnen: Traffic verstehen, zuordnen und richtig messen <i>Uli Zimmermann, Geschäftsführer von eMinded</i>	
16.30	Zusammenfassung und Ende der Veranstaltung	