

Der Online-Marketing- Controller

Online-Erfolge messen, Budgets zielorientiert einsetzen!

Ihr Weg zu einem effizienten Webauftritt:

- Der optimale Online-Marketing-Plan
- Online Kundenbewertung und -bindung
- Die richtigen Instrumente für das Online-Marketing-Controlling
- Das Controlling ausgewählter Online-Marketing-Maßnahmen
- Die wichtigsten Online-Kennzahlen und Kennzahlen-Systeme
- Das zielgruppengerechte Reporting
- Die Auswahl der richtigen Technologie
- Controlling von Web 2.0-Aktivitäten
- Zielsetzungen und Messgrößen
- Wie Sie den Wert Ihrer Website ermitteln können

Neu & Exklusiv
auf diesem
Seminar

Workshop:

- Wie Sie Kennzahlen für Ihr Geschäftsmodell entwickeln
- Für Ihren Kampagnenerfolg – Online Werbekampagnen kennzahlengestützt steuern und optimieren!

Ihr Termin:
18. bis 20. Februar 2008 in München

Hoher Lernerfolg
durch begrenzte
Teilnehmerzahl!

Ihre Online-Marketing-Experten:



Ömer Atiker
Click Effect Internet
Marketing GmbH



Dr. Christian Bachem
.companion: Strategie
und Coaching



Prof. Dr. Thomas
Breyer-Mayländer
Hochschule Offenburg

Die neuesten Informationen
zur Optimierung Ihres
Suchmaschinen-Marketings!

Ihr persönlicher Mehrwert:

Management Circle Fachzertifikat
„Der Online-Marketing-Controller“

ausgestellt von unseren Experten
Prof. Dr. Breyer-Mayländer
und Dr. Christian Bachem und
Management Circle.

MANAGEMENTCIRCLE®
BILDUNG FÜR DIE BESTEN

Melden Sie sich jetzt an! Telefon-Hotline: 0 61 96/47 22-700

Aktuelle Instrumente richtig einsetzen

Ihr Seminarleiter:

Prof. Dr. Thomas Breyer-Mayländer, Prodekan Medien & Informationswesen, **Hochschule Offenburg**, Offenburg

Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Tagungsunterlagen ab **8.15 Uhr**

9.00 Begrüßung durch den Seminarleiter

- Vorstellung des Seminarleiters
- Vorstellung der Agenda
- Abstimmung der Erwartungen

9.15 Online-Marketing in Deutschland: Stand und Entwicklungen

- Internetpenetration in Deutschland
- Werbeumsätze und Werbeformen
- Web 2.0 und die Folgen
- Exkurs: Suchmaschinenmarketing

Exkurs!

Marketinginstrumente im Internet

- Vor- und Nachteile des Marketingmediums Internet
- Internet im Rahmen crossmedialer Kampagnen

10.30 Kaffee- und Teepause

11.00 Zielgruppen als Ausgangspunkt

- Marketing- und Werbezielgruppen
- Zielgruppendefinition bei klassischen Massenmedien
- Zielgruppendefinition bei Online-Angeboten

Datenquellen als Grundlage

- Logfile
- Cookies
- Password/Dialogdaten
- User-Tracking
- Befragungen (on-/offline)

12.30 Gemeinsames Mittagessen

14.00 Online Marketing Controlling – Drei Punkte aus der Praxis

Aus der Agentur

- IWIE messen: Die Tools
 - Manches ist nicht in Statistiksoftware zu messen
 - Manches ist kaum oder gar nicht zu messen
- WAS messen: Kennzahlen – Ihre Datenquellen funktionieren gut?
 - Was sind die für Sie wichtigen Messgrößen?
- WAS TUN: Anwendung – Ihre Zahlen sollen Ihnen helfen, drei Dinge zu tun:
 - Beobachten
 - Bewerten
 - Steuern
- Die Praxis: Probleme des Alltags
 - Strategie
 - Learnings

Ömer Atiker, Geschäftsführer,
Click Effect Internet Marketing GmbH, Freiburg

15.30 Kaffee- und Teepause

16.00 Messgrößen im Internet

Special!

- PageImpression, Visit
- AdImpression
- Response-Größen
- Preise und Wirtschaftlichkeit

Marketingcontrolling und Online-Controlling

- Controllingkreislauf des Marketings
- Online-Marketing: Zielsetzungen und Messgrößen
- Grenzen der Erfassbarkeit

18.00 Zusammenfassung der Inhalte und Gelegenheit für Fragen

18.15 Ende des ersten Seminartages und Get-Together

Get-Together

Ausklang des ersten Seminartages in informeller Runde. **Management Circle** lädt Sie zu einem kommunikativen Umtrunk ein. Entspannen Sie sich in angenehmer Atmosphäre und vertiefen Sie Ihre Gespräche mit Referenten und Teilnehmern!

Kennzahlensysteme entwickeln

Ihr Seminarleiter:

Dr. Christian Bachem, Geschäftsführer, **.companion: Strategie und Coaching**, Berlin

9.00 Begrüßung durch den Seminarleiter

- Vorstellung des Seminarleiters
- Überleitung in die Themen des zweiten Tages

9.15 Internetgestützte Geschäftsmodelle und ihre Anforderungen an das Online Controlling

- Vertrieb: Umsatztreiber erkennen und Kundenpotenziale ausschöpfen
- Marketing: Kunden identifizieren und Kaufvorbereitungen messbar unterstützen
- Kommunikation: Informationsinteressen gezielt bedienen und den Wertbeitrag der Kommunikation belegen
- Service: Prozesse kundenorientiert gestalten und Kosten-/Nutzenvorteile nachweisen

10.15 Kaffee- und Teepause

10.45 Potenziale, Methoden und Instrumente des Online Marketing Controlling

- Die Optimierungsspirale des Online Marketing
- Webtracking: Nachvollziehen, wie Ihre Website genutzt wird
- Nutzerbefragungen: Erkennen, wie Nutzer Ihre Website wahrnehmen
- Prozessanalysen: Die Performance Ihrer Systeme und Prozesse durchleuchten
- Usability Testing: Verstehen, welches Nutzungserlebnis Ihre Online-Angebote bieten

11:45 Fokus Webtracking: Technische Grundlagen und wie man sie nutzen kann

- Kurzes die Datenflut: Logfiles, Proxies, Cookies und mehr...
- Schnelle Analyse, hoher Erkenntniswert: Das Beispiel „Suche“

12.30 Gemeinsames Mittagessen

14.00 Das Richtige messen

- Von „Kannzahlen“ und Kennzahlen: Ergebniskennzahlen, Treiber und KPIs
- Wissen Sie was Sie wissen müssen? Kennzahlen strategisch ableiten
- Weniger ist mehr: Kennzahlen intelligent erheben

15.00 Kaffee- und Teepause

15.15 Workshop: Entwickeln Sie Kennzahlen für Ihr Geschäftsmodell

16.15 Kennzahlensysteme: Scorecards und Cockpits

Fallstudie

- Kennzahlensysteme aufbauen und pflegen
- Geschäftssteuerung durch Scorecards und Marketing-Cockpits

17.30 Zusammenfassung der Inhalte und Gelegenheit für Fragen

18.00 Ende des zweiten Seminartages

Ihr Nutzen aus diesem Seminar

- Sie eignen sich **unabdingbares Know-how** zum Aufbau und zur Nutzung eines **Controlling-Systems für Ihr Online-Marketing** an.
- Sie lernen **konkrete Instrumente** und Datenquellen kennen.
- Sie erfahren, wie Sie ausgewählte Online-Marketing-Maßnahmen richtig kontrollen.
- Sie informieren sich umfassend über die **relevanten Wirtschaftlichkeitskennzahlen**.

So urteilen ehemalige Teilnehmer über die Veranstaltung:

- „**Praxisnahe Vorträge und interessante Kontakte.**“ R. Doemges, WestLB AG
- „**Sehr interessant & informativ; ich habe viel mitnehmen können.**“ C. Wittmar, Aspecta Global Group AG

Kampagnen kennzahlengestützt steuern!

Ihr Seminarleiter:
Dr. Christian Bachem

9.00 Begrüßung durch den Seminarleiter

15.30 Kaffee- und Teepause

9.05 Online-Kampagnen kennzahlengestützt steuern und optimieren

- Strategische Kampagnenplanung: Den Klick im Blick oder das Image im Visier?
- Kampagnengestaltung: Den Übergang vom Werbemittel zur Landing Page meistern
- Kampagnensteuerung: Frequency Capping und Targeting
- Kampagnentracking: Tücken der Technik
- Kampagnenoptimierung: Optimierungsansätze

10.30 Kaffee- und Teepause

16.00 Schriftliche Zertifikatsprüfung



Die Themen der drei Tage werden im Rahmen eines schriftlichen Tests geprüft. Innerhalb von vier Wochen erhalten Sie das Ergebnis und Ihr Zertifikat

„Der Online-Marketing-Controller“.

Die Teilnahme an der Zertifikatsprüfung ist fakultativ. Bei Nichtteilnahme erhalten Sie auf jeden Fall eine Teilnahme-Bestätigung.

11.00 Crossmedia-Kampagnen

- Mehr Ziele besser erreichen: Potenziale von Crossmedia
- Für Sie entschlüsselt: Der genetische Code erfolgreicher Crossmedia-Kampagnen
- Erfolgsnachweis auf fünf Stufen: Kennzahlen für Crossmedia-Kampagnen
- Anforderungen an die Umsetzung crossmedialer Kampagnen

17.15 Besprechung der Prüfung, Feedback-Runde und abschließende Fragen

17.30 Ende des Seminars

12.30 Gemeinsames Mittagessen

14.00 Controlling von Web 2.0-Aktivitäten

- Blogs, Social Commerce, Second Life: Einordnung von Web 2.0 in den Online Marketing-Mix
- Nutzerbeteiligung messen und bewerten: Neue Kennzahlen für Web 2.0

Neu & Exklusiv

15.00 Wertbestimmung mittels „Engagement Value“ und „Website Value“

- Wie Sie den Wert Ihrer Website ermitteln können
- Warum Sie den „Engagement Value“ zur Grundlage Ihres Online Marketing machen sollten

Bitte beachten Sie auch folgende Veranstaltungen

Targeting

17. und 18. Dezember 2007 in Frankfurt am Main

24. und 25. Januar 2008 in München

13. und 14. Februar 2008 in Hamburg

Online-Spiele

7. und 8. Februar 2008 in München

Nähere Informationen gibt Ihnen gerne

Stephan Wolf

Tel.: 0 61 96/47 22-800, Fax: 0 61 96/47 22-888,
E-Mail: kundenservice@managementcircle.de

INHOUSE TRAININGS

Zu allen Themenbereichen bieten wir auch **firmeninterne Schulungen** an. Ich berate Sie gerne, rufen Sie mich an.



Dirk Gollnick

Tel.: 0 61 96/47 22-646

E-Mail: gollnick@managementcircle.de

„Das Web ist der Wachstumstreiber im Kommunikationsmarkt. [...] Spezialisten für Online-Media spielen künftig eine wichtige Rolle.“ (Quelle: werben & verkaufen, Nr. 18/2007, S. 44)

Entscheidend wird es sein den Überblick zu behalten und die relevanten Informationen passgenau zu generieren. Mit einem effizienten Online-Marketing-Controlling schaffen Sie die Voraussetzungen dazu und erzielen **attraktivere Webauftritte** und mehr **direkten Kundenkontakt!**

Das Online-Marketing hat sich als fester Bestandteil im Marketing-Mix etabliert. Vorteile sind vor allem die Nutzung des Internets für Image-Transport, Kundengewinnung und -bindung. Hier bietet sich die optimale Möglichkeit zur direkten, interaktiven Kommunikation mit dem Kunden an.

In den Unternehmen wird wieder viel investiert in Online-Aktivitäten. Ein Nachweis über den effizienten Einsatz des Kapitals ist nicht nur für die Rechtfertigung der Ausgaben notwendig. Auch steht die Optimierung der direkten Kommunikation mit den Kunden im Vordergrund. Tools zum Controlling von Online-Marketing-Maßnahmen sind kaum verbreitet und werden derzeit aus gängigen Controlling-Methoden „zusammengebastelt“. Dabei ist es unabdingbar, ein effizientes, zielführendes Online-Marketing-Controlling aufzubauen und zur Steuerung und Entscheidungsfindung zu nutzen. Zudem ist die Nutzung digitaler Online-Daten zur Effizienzmessung im Rahmen des Marketing-Controlling interessant.

Was Sie hier lernen

Sie suchen nach Handwerkszeug für die Erfolgskontrolle und -steuerung Ihres Webauftritts?

Tools und Methoden zum Aufbau und zur Nutzung **eines modernen Online-Marketing-Controlling** lernen Sie auf diesem Seminar kennen. Sie erfahren, wie Sie Online-Kennzahlensysteme richtig gestalten und welche Kennzahlen im Online-Marketing relevant sind. Sie machen sich fit für die Planung Ihrer Online-Marketing-Aktivitäten als Basis eines effektiven Controlling. Holen Sie sich umfassendes Know-how für ein effizientes Reporting im Online-Marketing-Controlling. Sie informieren sich umfassend über Technologien und Softwarelösungen. Sie eigenen sich unabdingbares Wissen zum Thema Datenschutz im Online Marketing an.

Sie haben noch Fragen? Gerne!



Dr. Sascha Bier
Konferenz Manager
Tel.: 0 61 96/47 22-632
E-Mail: bier@managementcircle.de

Ömer Atiker

studierte Wirtschaftsingenieurwesen an der Universität Karlsruhe (TH). Schon während des Studiums arbeitete er freiberuflich als Trainer, Gestalter und Programmierer, später als Geschäftsführer einer IT-Personalberatung. 1994 ging er als Projektleiter und Produkt Manager zu einem IT-Unternehmen in die Niederlande, wo er sich 1996 mit einer Internet-Agentur selbständig machte. Hier gründete er zusammen mit der niederländischen Tribal Internet Marketing BV die deutsche **Click Effect Internet Marketing GmbH**. Als geschäftsführender Gesellschafter ist er verantwortlich für Marketing, Vertrieb und die strategische Entwicklung.

Dr. Christian Bachem

ist Gründer und Partner der Strategieberatung **.companion**. Nach Abschluss des Studiums der Publizistik, Soziologie, Cognitive Science und VWL in Mainz, Bloomington und Berlin, arbeitete Christian Bachem von 1991 bis 1994 als Mediaplaner und Berater bei Werbeagenturen in Berlin und New York. Parallel promovierte er über Fernsehwerbung in den USA. 1995 wechselte er zu Pixelpark, wo er die Bereiche Strategic Planning, Marketing Services und Online Advertising aufbaute und als Managing Director leitete. Zusätzlich zu seinen Beratungsmandaten hatte er von 2003 bis 2006 eine Vertretungsprofessur für Marketing an der FHTW Berlin. Seit 2005 ist Christian Bachem zudem 2. Vorsitzender des Web Excellence Forum e.V. Parallel ist er als Dozent in der Führungskräfteweiterbildung aktiv. Durch sein langjähriges Engagement als Berater, Autor, Referent und Mitglied diverser Fachgremien hat Christian Bachem den deutschen Online-Markt aktiv mitgestaltet und sich branchenübergreifend Anerkennung als Experte der ersten Stunde erworben.

Prof. Dr. Thomas Breyer-Mayländer

seit 2006 Prodekan der Fakultät Medien + Informationswesen. Bevor Prof. Dr. Thomas Breyer-Mayländer 2001 als Professor für Medienmanagement an die **Hochschule Offenburg** wechselte, war er in früheren beruflichen Stationen mehrere Jahre als Geschäftsführer der Zeitungs Marketing Gesellschaft (ZMG), Frankfurt, Referent für Multimedia bzw. Betriebswirtschaft beim Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger und Berater für den Aufbau von Online-Services in einem Zeitschriftenverlag tätig. Er beschäftigt sich daher seit längerem in Praxis und Theorie mit der Wirksamkeit von Online-Kommunikation und war an der Definition der ersten Marktstandards im deutschen Online-Markt beteiligt. Professor Breyer-Mayländer ist als Trainer, Coach und Berater sowie durch Beirats- und Aufsichtsratsfunktionen nach wie vor eng mit der Praxis in Medienunternehmen verbunden. Er studierte Wirtschaftsingenieurwesen für Verlage an der Hochschule der Medien, Dipl.-Wirt.-Ing. (FH), Informationswissenschaft an der Uni Konstanz, Dipl.Inf.Wiss. und promovierte im Bereich Medienökonomie am Institut für Journalistik der Uni Dortmund, Dr. phil. Er ist Autor zahlreicher Fachbücher und Veröffentlichungen zum Thema Medien und Kommunikation.

Der Online-Marketing-Controller

Ich/Wir nehme(n) teil am:

WS

18. bis 20. Februar 2008 in München

02-56715

Warum Sie diese Veranstaltung besuchen sollten

- Sie machen sich fit für den **Aufbau eines Online-Marketing-Controlling-Systems**.
- Sie erfahren, wie Sie **mit den richtigen Kennzahlen Ihren Web-Auftritt optimal steuern**.
- Sie holen sich **einen umfassenden Überblick über die aktuellsten Technologien**.

Wen Sie auf dieser Veranstaltung treffen

Das Seminar richtet sich an Leiter und leitende Angestellte aus den Bereichen **Marketing, Controlling, Online-Marketing, Internet, eMarketing, Media, Mediaplanung und -controlling, Werbung, Multimedia, Öffentlichkeitsarbeit/PR**, sowie an **Entscheider und Projektmanager** von im Internet tätigen Marketingagenturen, die eine systematische Erfolgsmessung im Online-Marketing in Ihrem Unternehmen aufbauen wollen.

Termin und Veranstaltungsort

18. bis 20. Februar 2008 in München

NH München Neue Messe

Eggenfeldener Straße 100, 81929 München

Tel.: 089/993 45-0, Fax: 089/993 45-400

E-Mail: reservations.muenchen.de@nh-hotels.com

Zimmerreservierung

Für die Seminarteilnehmer steht im Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zum Vorzugspreis zur Verfügung. Nehmen Sie die **Reservierung bitte rechtzeitig selbst direkt im Hotel** unter Berufung auf Management Circle vor. Die Anfahrtsskizze erhalten Sie zusammen mit der Anmeldebestätigung.

So melden Sie sich an

Bitte einfach die Anmeldung ausfüllen und möglichst bald zurücksenden oder per Fax, Telefon oder E-Mail anmelden. Sie erhalten eine Bestätigung, sofern noch Plätze frei sind – andernfalls informieren wir Sie sofort. Die Anmeldungen werden nach Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.

Ihre Service-Hotlines

Anmeldung:

Maria Monticelli

Telefon: 0 61 96/47 22-700 oder

0 61 96/47 22-0 (Telefonzentrale)

Fax: 0 61 96/47 22-999

Per Post: Management Circle AG

Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.

Hauptstraße 129, 65760 Eschborn/Ts.

E-Mail: anmeldung@managementcircle.de

Kundenservice:

Stephan Wolf

Telefon: 0 61 96/47 22-800 (Fax: -888)

E-Mail: kundenservice@managementcircle.de

Adressänderung:

Stella Avramidou

Telefon: 0 61 96/47 22-500 (Fax: -562)

E-Mail: marketingservice@managementcircle.de

Datenschutz-Hinweis:

Sie können bei uns der Verwendung Ihrer Daten widersprechen, wenn Sie in Zukunft keine Prospekte mehr erhalten möchten. (§28 VI BDSG)

Die Teilnahmegebühr für das dreitägige Seminar beträgt inkl. Mittagessen, Erfrischungsgetränken, Get-Together, Dokumentation und der Prüfung € 2.095,-. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Sollten mehr als zwei Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir **ab dem dritten Teilnehmer 10% Preisnachlass**. Bis zu zwei Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Tagungsgebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Aktuelle Veranstaltungsangebote: www.managementcircle.de

1 NAME/VORNAME

POSITION/ABTEILUNG

2 NAME/VORNAME

POSITION/ABTEILUNG

3 NAME/VORNAME

POSITION/ABTEILUNG

MITARBEITER: BIS 100 100-200 200-500 500-1000 ÜBER 1000

FIRMENNAME

STRASSE/POSTFACH

PLZ/ORT

TELEFON/FAX

Warum Ihre E-Mail-Adresse wichtig ist!

Sie erhalten so schnellstmöglich eine Bestätigung Ihrer Anmeldung, damit Sie den Termin fest einplanen können.

E-MAIL

(MIT NENNUNG MEINER E-MAIL-ADRESSE ERKLÄRE ICH MICH EINVERSTANDEN, ÜBER DIESES MEDIUM INFORMATIONEN DER MANAGEMENT CIRCLE GRUPPE ZU ERHALTEN.)

DATUM

UNTERSCHRIFT

ANSPRECHPARTNER/IN IM SEKRETARIAT:

ANMELDEBESTÄTIGUNG BITTE AN:

ABTEILUNG

RECHNUNG BITTE AN:

ABTEILUNG



Mit der Deutschen Bahn AG zum **Sonderpreis** zur Veranstaltung. Infos unter:

www.managementcircle.de/bahn

Die Bahn

Über Management Circle

Management Circle steht für *WissensWerte* und ist anerkannter Bildungspartner der Unternehmen. Mit kompetenten Bildungsleistungen garantieren wir durch unsere Erfahrung Fach- und Führungskräften nachhaltigen Lernerfolg. Vom praxisnahen Seminar bis zur richtungswisenden Kongressmesse – vom individuell konzipierten Inhouse Training, praxisorientierten schriftlichen Management-Lehrgang bis zum innovativen E-Learning erhalten Sie alles aus einer Hand. Mit über 40.000 Teilnehmern bei unseren Präsenzveranstaltungen im vergangenen Jahr gehört die Management Circle AG zu den Marktführern im deutschsprachigen Raum. Unser aktuelles und vollständiges Bildungsangebot finden Sie unter: www.managementcircle.de.