

## Unsere Vorträge im Überblick

### Themenbereich „Strategie“

- *Digitale Transformation: Herausforderung und Chance zugleich*
- *Die Marketing-Abteilung der Zukunft*
- *Persona-Analyse und Customer-Journey-Analyse als strategische Marketinginstrumente*
- *Stellenanzeige 4.0: Digital Recruiting und Employer Branding*

### Themenbereich „Online-Marketing“

- *E-Mail-Marketing der nächsten Generation: Mit Leadgewinnung, Marketing Automation und Mobioptimierung mehr aus Ihren E-Mails herausholen*
- *Neukundengewinnung 2.0: So nutzen Sie das Internet als Leadmaschine*
- *Erfolgreiches Online-Marketing im E-Commerce mit Customer Experience Management*
- *Einführung einer Marketing-Automation im eigenen Unternehmen*
- *Die Zukunft von Suchmaschinenmarketing (SEO)*
- *Stellenanzeige 4.0: Digital Recruiting und Employer Branding*
- *Erfolgreiches E-Mail-Marketing im E-Commerce*

### Themenbereich „Corporate Website“

- *Unternehmenswebsites der nächsten Generation: Was müssen Websites heute und morgen bieten?*
- *Responsive Webdesign: Mobioptimierung für die eigene Website*
- *Internationaler Webauftritt mit Multisitemanagement: Herausforderung für den Mittelstand*

### Themenbereich „E-Commerce“

- *Erfolgreiches Online-Marketing im E-Commerce mit Customer Experience Management*
- *Evolution im Handel: wie der stationäre Handel vom eigenen Online-Shop profitiert*
- *Erfolgreiches E-Mail-Marketing im E-Commerce*

## Digitale Transformation: Herausforderung und Chance zugleich

Die Digitale Transformation stellt uns nicht nur privat, sondern vor allem auch als Unternehmen vor immense Herausforderungen: ständiger, technologischer Wandel, neue und zum Teil übermächtige Online Player oder die enorme Geschwindigkeit bis hin zur Disruption.

Wir zeigen in diesem Vortrag, wie wir der Digitalisierung begegnen können und welche Chancen dieser Wandel auch mit sich bringt.

## Die Marketing-Abteilung der Zukunft

Seit 20 Jahren sprechen wir von der Notwendigkeit integrierter Kommunikation. Doch bis heute haben wir kaum etwas daraus gelernt. Marketing, Vertrieb, Unternehmenskommunikation und die Personalabteilung/HR existieren weiter parallel und produzieren Content-Silos ohne jeglichen Austausch. Selbst Marketingabteilungen teilen sich in klassische und digitale Kanäle auf. Das hat gravierende Auswirkungen auf die Online-Kommunikation und verschwendet in höchstem Maße Ressourcen.

Höchste Zeit ein Modell für die Marketingabteilung der Zukunft zu entwerfen: Wie kann integrierte Kommunikation heute besser funktionieren? Welche Herausforderungen stehen uns erst noch bevor und wie können Unternehmen sich strategisch aufstellen?

20 Minuten Inspirationen für eine nachhaltig erfolgreiche Unternehmenskommunikation.

## E-Mail-Marketing der nächsten Generation: Mit Leadgewinnung, Marketing Automation und Mobiloptimierung mehr aus Ihren E-Mails herausholen

E-Mail-Marketing ist schon lange mehr als nur der Versand von Newslettern im Gießkannenprinzip. Qualifizierung ist das Gebot der Stunde und so müssen Websites, E-Shops, Social Media-Kanäle, Leadmanagement und das Customer Relationship Management (CRM) immer enger mit dem eigenen E-Mail-Marketing verzahnt werden. Außerdem sorgt die Mobilisierung dafür, dass die eigenen Newsletter und E-Mailings auf Desktop, Tablet und Smartphone gleichermaßen gut aussehen müssen.

Der Vortrag zeigt anhand von Fallbeispielen, welche Potentiale E-Mail-Marketing für Leadgewinnung und Marketing Automation bietet, wie wichtig die Mobiloptimierung ist und wie Unternehmen mit einer cleveren E-Mail-Marketing- und Leadmanagement-Strategie erfolgreicher sein können.

## Persona-Analyse und Customer-Journey-Analyse als strategische Marketinginstrumente

Onlineangebote wie Websites, E-Shops, Newsletter, E-Mail-Kampagnen, Leadmanagement oder Marketing-Automation sind nur dann erfolgreich, wenn Sie es schaffen für die Nutzer Relevanz zu erzeugen. Doch wie bringen Sie Ihre Angebote und Inhalte dazu, relevant zu sein?

Unser Vortrag zeigt, dass reine Zielgruppenanalysen heute nicht mehr ausreichen, um Nutzerbedürfnisse zu erfüllen. Wir stellen die strategischen Instrumente „Persona-Analyse“ und „Customer-Journey-Analyse“ vor und zeigen Ihnen, wie Sie mit diesen beiden Marketingtools Ihre Nutzer nicht nur besser kennenlernen, sondern wie Sie diese Kenntnisse ideal für Ihr Marketing und Ihren Vertrieb einsetzen – online und offline.

## Neukundengewinnung 2.0: So nutzen Sie das Internet als Leadmaschine

Das Internet und die Digitalisierung haben den klassischen Verkaufsprozess radikal verändert. Anders als früher haben Ihre Kunden heute meist schon 80 % des Kaufprozesses absolviert, wenn Sie das erste Mal mit Ihnen direkt in Kontakt treten.

So stellt sich die wichtige Frage, wie Sie als Unternehmen Ihre Produkte und Dienstleistungen früher im Kaufprozess Ihrer Interessenten und Kunden platzieren können. Entscheidend hierfür sind Ihre Online-Kanäle sowie Ihre Online-Sichtbarkeit. Denn die meisten Interessenten und Kunden suchen heute online nach Lösungen sowie nach geeigneten Produzenten und Dienstleistern.

In unserem Vortrag zeigen wir wie Sie Schritt für Schritt ein Leadmanagement für Ihr Unternehmen einführen und damit qualifiziertere Leads und somit mehr Verkäufe über Ihre Website generieren.

## Erfolgreiches Online-Marketing im E-Commerce mit Customer Experience Management

Viele E-Shops haben erkannt, dass die Kunden und ihre Bedürfnisse im Mittelpunkt des eigenen Online-Marketings stehen müssen - egal ob B2C oder B2B. Denn nur so lassen sich digitale Kundenerlebnisse schaffen, die nachhaltig auf Loyalität, Kundenzufriedenheit, Reputation und letztendlich auf die eigene Marke und den Umsatz einzahlen.

Doch dabei genügt es längst nicht mehr alleine auf den eigenen Newsletter als soliden Konversionslieferanten zu setzen. Heute gilt es vielmehr datenbasiertes Marketing ("Big data") auf clevere Weise mit den Möglichkeiten der Marketing-Automation zu verknüpfen und damit den eigenen E-Commerce zu beflügeln. Dazu gehören mobiloptimierte und superpersonalisierte Newsletter und Transaktionsmails sowie Kampagnen entlang der Customer Journey.

## Einführung einer Marketing-Automation im eigenen Unternehmen

Marketing-Automation ist der Schlüssel für Erfolg in Marketing und Vertrieb. Trotzdem setzen nur wenige Unternehmen in Deutschland Marketing-Automation ein. Anders als im internationalen Umfeld: in den USA gehört der Einsatz von Marketing-Automation bereits zum Standard. Deshalb sollten Sie nicht zu lange mit der Einführung im eigenen Unternehmen warten – je eher Sie damit starten, desto eher können Sie diese gewinnbringend einsetzen und Ihrer Konkurrenz ein Schnippchen schlagen.

In unserem Vortrag stellen wir die Möglichkeiten und Komponenten von Marketing-Automation vor und erläutern, wie Sie diese Schritt für Schritt in Ihrem Unternehmen einführen. Themen sind u. a. E-Mail-Automation, CRM, Leadmanagement, Tracking, Scoring, Targeting, Kampagnenmanagement, Softwarelösungen für Marketing-Automation sowie rechtliche Aspekte.



## Die Zukunft von Suchmaschinenmarketing (SEO)

Die ganze Welt redet über SEO. Unzählige Dienstleister bieten SEO-Optimierung an und alle Websitebetreiber wünschen sich, dass ihre Website SEO optimiert wird. Übertrieben gesagt gilt SEO als das Allheilmittel für den Erfolg einer Website. Aber was steckt tatsächlich hinter einer SEO-Optimierung? Was muss man beachten, um die eigene Website erfolgreich werden zu lassen?

In unserem Vortrag nehmen wir Sie mit auf eine unterhaltsame und provokante Reise durch die SEO-Welt. Wir betrachten gemeinsam die Entwicklung von SEO und zeigen die Irrtümer, die sich hinter diesem Begriff verstecken. Wir machen deutlich, welche Ziele Google verfolgt und in welche Richtung sich SEO in Zukunft verändern wird. Ganz nebenbei entwickeln wir so eine Blaupause zur optimalen Website.

## Unternehmenswebsites der nächsten Generation: Was müssen Websites heute und morgen bieten?

Ging es vielen Unternehmen in den 90ern darum online mit einer einfachen Website präsent zu sein, so haben moderne Unternehmenswebsites von heute mit diesen Visitenkarten von damals nichts mehr gemeinsam. Die (R)Evolution der Website hat dazu geführt, dass Websites von heute eierlegende Wollmilchsäue sein müssen: Imageinstrument, Unternehmensbroschüre, Produktkatalog, E-Shop, Serviceplattform, Leadmaschine, Marken- und Employer-Branding-Botschafter, Media-Asset-Management, international, mobiloptimiert, „Social“, sicher und selbstverständlich SEO-optimiert. Ach ja: Schnittstellen zu PIM, CRM, ERP, E-Mail-Marketing-Software und ein perfektes Content-Marketing müssen sie natürlich auch leisten.

Zeit für einen Status Quo, den Blick aufs große Ganze und die Frage, was Websites heute und in Zukunft bieten müssen.

## Responsive Webdesign: Mobiloptimierung für die eigene Website

Smartphones und Tablets ergänzen immer mehr Desktops und Notebooks und verdrängen diese teilweise sogar. Auf die damit einhergehenden Herausforderungen für die eigene Onlinepräsenz sind nur die wenigsten Unternehmen vorbereitet. Und so wird die eigene Website meist unzulänglich auf mobilen Endgeräten dargestellt.

Der Vortrag erläutert anhand von zahlreichen Fallbeispielen wie Websites diese Herausforderung meistern können und warum die richtige Content Strategie, Responsive Webdesign, Mobile First, Progressive Enhancements, Performance und URL-Management die Schlüssel zum Erfolg sind.

## Stellenanzeige 4.0: Digital Recruiting und Employer Branding

Der Fachkräftemangel stellt Personaler zunehmend vor Herausforderungen. Klassische Stellenanzeigen und Online-Stellenbörsen sind nicht mehr in allen Fällen adäquate Mittel dem „War for Talents“ zu begegnen. Denn die Rollen haben gewechselt: Die potentiellen Bewerberinnen und Bewerber sind längst keine Bittsteller mehr, sondern eine umworbene Zielgruppe. Heute bewerben sich Unternehmen bei Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in spe. Doch wie kann mein Unternehmen aus der Konkurrenz herausstechen?

Der Vortrag zeigt anhand von Beispielen wie Unternehmen mit Onlinemaßnahmen erfolgreiches Employer Branding betreiben und Talente für sich gewinnen können. Es geht um neue Ideen für die Zielgruppenansprache und um den zeitgemäßen Einsatz von Online-Kanälen wie Social Media.

## Internationaler Webauftritt mit Multisitemanagement: Herausforderung für den Mittelstand

Die Anforderungen an die eigene Website – und damit an das verwendete Content Management System (CMS) – haben sich im Mittelstand in den vergangenen Jahren rapide gewandelt.

Mittelständische Unternehmen sind international ausgerichtet und online bedeutet dies ganz klar: „Think global, act local“. Aber wie kann für alle Länderniederlassungen oder Tochtergesellschaften ein einheitliches System bereitgestellt werden und wie lässt sich ein solches Multisitemanagement verwalten und mit Produktdatenbank (PIM), ERP, Leadmanagement und CRM verbinden? Doch die Technik macht es nicht alleine: Eine Content-Steuerung ist notwendig, die es auch kleinen Länderniederlassungen ermöglicht, bestehende, unternehmensweite Inhalte wiederzuverwenden und durch eigene, lokale Informationen zu ergänzen.

Der Vortrag zeigt anschaulich wie Unternehmen Ihre Onlinepräsenz(en) mit der richtigen Strategie international erfolgreich aufstellen können und wie sich Herausforderungen durch professionelles Enterprise Content Management meistern lassen.

## Evolution im Handel: wie der stationäre Handel vom eigenen Online-Shop profitiert

Während der stationäre Handel jedes Jahr rückläufige Umsätze verzeichnet, präsentiert der Onlinehandel jährliche Wachstumsraten von 17 %. Bereits heute finden 9 % des Handelsumsatzes online statt. Tendenz weiter steigend. Gleichzeitig werden die großen Online Pure Player wie Amazon, eBay und Zalando immer präsenter und machen es dem stationären Handel zusätzlich schwer. Aber muss das wirklich so sein? Und müssen sich stationärer Handel und ein Online-Shop widersprechen? Welche Vorteile bietet der zunehmende Mobile Commerce auch stationären Geschäften und welche Rolle spielt Google Local Search dabei?

Der Vortrag zeigt Entscheidern des größeren, stationären Einzelhandels, welche Chancen sich durch einen eigenen Online-Shop bieten. Sie erfahren, welche Synergien sich durch die Kombination von stationären Geschäften und dem eigenen Online-Shop ergeben können, wie Sie neue Kunden erreichen und wie bestehende Kunden vollständig auf ihrer Customer Journey begleitet werden können. Außerdem wirft der Vortrag einen Blick auf die Veränderungen der Storefront und welche Möglichkeiten sich durch neue digitale Trends wie stationäre Touchpanels, virtuelle Anproben, iBeacon, Virtual Tagging oder Virtual Stores ergeben.

## Erfolgreiches E-Mail-Marketing im E-Commerce

E-Mail-Marketing funktioniert besonders im E-Commerce als solider Konversionslieferant. Doch mittlerweile reicht ein simpler Newsletter nicht mehr aus. Nur wer heute alle Möglichkeiten des E-Mail-Marketings für den eigenen E-Shop nutzt ist erfolgreich.

Wir zeigen in unserem Vortrag zahlreiche Beispiele, wie E-Mail-Marketing und Marketing-Automation den E-Commerce beflügeln. Dazu gehören Themen wie Konversionsoptimierung und Mobiloptimierung für E-Mails, Triggermails, Transaktionsmails, Superpersonalisierung, automatische Content-Integration sowie E-Shop- und Tracking-Anbindung.

**re-lounge GmbH** | Vortragsthemen

Übersicht (01.09.2016)

## Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Kontaktieren Sie mich und buchen Sie das passende Vortragsthema für Ihre Veranstaltung. Wenn Sie andere Wünsche und Ideen für einen Vortrag haben sprechen Sie mich an!

Ich freue mich auf Sie,

Ihre Anita Agarwalla

Telefon +49 (0)761 - 88 85 24 - 0

[presse@re-lounge.com](mailto:presse@re-lounge.com)