

Lokale Online-Vermarktung

2. Dezember 2010, Mainz

Im lokalen Markt zu Hause

- Welche Vermarktungsideen kommen beim lokalen Werbekunden an?
- Welche Werbeformen, welche Preismodelle funktionieren?
- Wie wird das Werbeangebot kommuniziert?
- Wie können die Ressourcen noch zielgenauer eingesetzt werden?

Gewinnen Sie Einblicke in erfolgreiche Online-Vermarktungskonzepte im lokalen Umfeld.

www.wan-ifra.org/lokalevermarktung
www.bdzv.de



Lokale Online-Vermarktung

2. Dezember 2010, Mainz

Ideen, Innovationen, Erfolgsprodukte

In der lokalen Online-Vermarktung stecken noch große Umsatz-Potenziale, die es zu erschließen gilt. Erfolgreich ist, wer die Bedürfnisse der Werbekunden vor Ort ernst nimmt und sie mit den richtigen Werbeformaten begeistert.

- Welche Werbeformen funktionieren?
- Welche Preismodelle sind attraktiv?
- Wie wird das Werbeangebot kommuniziert?
- Wie wird der Außendienst motiviert?
- Wie können vorhandene Ressourcen noch effektiver genutzt werden?

Auch in diesem Jahr bietet die Konferenz von BDZV und WAN-IFRA eine spannende Agenda, viel Best Practice und echte Erfolgsgeschichten rund um den lokalen Markt.

Wir laden Sie nach Mainz ein, diese innovativen Ideen kennenzulernen und im persönlichen Gespräch zu vertiefen. Lassen Sie sich inspirieren, gewinnen Sie Einblicke in erfolgreiche Online-Vermarktungskonzepte. Erfahren Sie, wie sie Umsätze steigern und beim Anzeigenkunden auf mehr Resonanz stoßen.

Donnerstag, 2. Dezember 2010

All Business is Local – Best Practice aus aller Welt

Dietmar Schantin, Executive Director of Publishing, Editorial and General Management WAN-IFRA, Darmstadt

A Kind of Magic? – Profitable Vermarktung im Mikrokosmos

Urs Gossweiler, Verleger, Jungfrau Zeitung, Interlaken, Schweiz

Bewegte Zeiten in Mainz und Wiesbaden – Mit Videos Geld verdienen

Stefan Reining, Geschäftsführer Rhein Main Multimedia GmbH, Mainz

Von der Wiege bis zur Bahre – Solche Anzeigenportale will die Community

Bodo M. Bauer, Leitung Geschäftskunden, Nordwest-Zeitung Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, Oldenburg



Wie ticken unsere Kunden eigentlich? – Zeitung als lokale Agentur

Rolf Grummel, Verkaufsleiter Print & Online,
Deister- und Weserzeitung und Geschäftsführer
Medien31 GmbH, Hameln

Crossmedial total – Lokale Strategien eines globalen Medienunternehmens

Robert Bosch, Managing Director Crossmedia Sales,
Axel Springer Media Impact, Berlin

Was wir wollen – Wünsche, Erwartungen, Ansprüche der Kunden

Lokale Kunden und Vermarkter diskutieren

Mit drei Messern im Rücken gehen wir noch lange nicht nach Hause – Ein neuer Anlauf im crossmedialen Anzeigenverkauf

Matthias Litzenburger, Marketingleiter Anzeigenmarkt
der Mittelbayerischen Zeitung, Regensburg

Form Follows Function – Mit optimierter Usability Rubrikenumsätze steigern

Birgit Geiberger, Creative Director,
Xalmiento web-services, Hamburg

Moderation



Sonja Ettengruber,
Leiterin idowa Mediendienste, Straubing



Andreas Schmutterer,
Leiter Produktmanagement,
Augsburger Allgemeine Zeitung

Allgemeine Informationen

Konferenzort

Hyatt Regency Mainz

Malakoff-Terrasse 1

55116 Mainz

Tel.: +49 6131 73 1212

Fax: +49 6131 73 1235

E-Mail: mainz.regency@hyatt.com

Konferenzzeiten

Mittwoch, 1. Dezember 2010

ab 20.00 Uhr Cocktail-Empfang

Donnerstag, 2. Dezember 2010

09.00 – 18.00 Uhr Konferenz

Anmeldung

WAN-IFRA/BDZV Mitglieder

EUR 590 + MwSt.

Nicht-Mitglieder

EUR 790 + MwSt.

Frühbucherrabatt

Sparen Sie EUR 90 bei Anmeldung
bis 15. November 2010!

Branding Sponsors

artundweise 

red  web
Das Redaktionssystem