

Webtrekk User Conference 2011

25. Mai, Berlin

AGENDA

ab 9:00 Anmeldung

9:30 *gemeinsam auf dem Podium:*

bis **Keynote: Was bringt die Zukunft für die Webanalyse?**

11:00 *Das Marktumfeld der Webanalyse entwickelt sich mit hoher Geschwindigkeit. Wie reagiert Webtrekk auf diese Entwicklungen und welche Themen sollten Sie als Kunde auf Ihrer Agenda haben.*

Kanalübergreifende ROI-Betrachtung und Attributionsmanagement

Dimitrios Haratsis schildert, wie mit Hilfe von AdClear das Zusammenspiel der Kanäle darstellbar und eine ROI-gestützte Optimierung möglich wird.

Ansätze zur ROI Optimierung durch die Multiattribution

Eine entscheidende Herausforderung im Online Marketing der nächsten Jahre liegt in einer kanalübergreifenden Erfassung und Analyse des ROI der verschiedenen Formate und Kanäle.

Webtrekk bei Tchibo

Fabian Zamzow von Tchibo stellt Anforderungen und Lösungen für den Einsatz von Q3 bei Tchibo vor.

11:00 Pause

11:30 **Integriertes Kampagnencontrolling mit Q3**

Webtrekk bietet als unabhängiger Anbieter ein kanalübergreifendes Bewerten von Kampagnen. Daniel Hummler zeigt, welches Set-Up die richtige Basis für ein effizientes Arbeiten schafft und welche Analysen dabei helfen.

12:00 **Audience Insights mit nugg.ad und Webtrekk**

nugg.ad und Webtrekk ermöglichen einen 360° Grad Blick auf Kunden und Besucher. Dieser Vortrag stellt die Integration beider Produkte vor und vermittelt einen Überblick über die Analyse von demografischen Informationen und Interessen im Kontext von Webtrekk Q3.

12:30 **Webanalyse Daten anreichern: Spielen Kaufkraft, Einwohnerdichte oder das Wetter eine Rolle?**

Nach dem simplen Reporting geht es in der Webanalyse um Segmentierung, Drill-Down und Korrelationen. Gibt es relevante Faktoren aus der echten Welt, die in unsere eben nicht abgeschlossene Web-Welt hereinwirken und wie können diese evaluiert werden?

13:00 Pause

14:00 **Tipps zum effizienten Arbeiten mit Webtrekk**

Webtrekk Q3 bietet eine Vielzahl an Analysen, standardisiert oder vollkommen individuell, um detaillierte Einblicke in den Traffic und die Performance Ihrer Seite zu erhalten. Die Effizienzsteigerung hat zum Ziel, Analysen schneller verfügbar zu machen.

14:30 **Conversion Optimierung mit Webtrekk**

Regelmässiges Reporting ist gut – systematisches Optimieren ist besser. Der Vortrag zeigt Methoden zur Schwachstellenanalyse und effektiven Optimierung mit Webtrekk Q3.

15:00 **Webtrekk im Einsatz bei Bild.de**

Bild.de als größte deutsche News-Site setzt seit 1,5 Jahren erfolgreich auf Webtrekk. Ein kurzer Einblick in den Bereich Web-Analyse auf einer redaktionellen Webseite und deren besondere Anforderungen an das Tracking Tool.

15:30 Pause

16:00 **Datenschutzkonforme Webanalyse mit Webtrekk**

Welche Anforderungen stellen die Datenschützer? Webanalyse vs. Datenschutz, was müssen Anbieter leisten? Alexander Krull präsentiert die datenschutzkonforme Umsetzung mit Webtrekk.

16:30 **Die Roadmap für Webtrekk Q3**

Realtime Analysen, Feed Services, mobile Apps – Norman Wahnschaff stellt die wichtigsten Weiterentwicklungen in Webtrekk Q3 für 2011 vor.

17:00 **User Round Tables**

bis ca. *Die Round Tables geben Teilnehmern die Gelegenheit direkt mit anderen Anwendern über Lösungen, Analysen und Nutzungsmöglichkeiten von Q3 zu sprechen.*

18:00

Christian Sauer,
CEO Webtrekk



Dimitrios Haratsis,
GF AdClear



Klaus Kuenen,
Leitung Online
Deutsche Post AG



Fabian Zamzow
Sen.Projektmanager
Webshopmarketing
Tchibo direct mbH



Daniel Hummler,
Director Key
Account,
Webtrekk



Volker John,
Director Business
Development,
nugg.ad



Siegfried Stepke,
GF, e-dialog



Florian Richter,
Director Training &
Education, Webtrekk



Frank Reese,
Senior Consultant,
Webtrekk



Marco Ebert,
Leitung Controlling /
Web-Analyse, Bild
digital



Alexander Krull,
Director Sales &
Marketing, Webtrekk



Norman Wahnschaff,
CTO, Webtrekk

