



AmazonWorld Convention 2018

Programm 6. März

| Raum 1 | | Raum 2 | |
|-----------------|--|---|--|
| 09:20-09:30 Uhr | Eröffnung Kongress / Begrüßung <i>Angelique Szameitat, NMG-Akademieleitung der Neue Mediengesellschaft Ulm mbH und Chefredaktion GFM Nachrichten</i> | | |
| 09:30-10:15 Uhr | Die Amazon-Formel Von Amazon lernen, heißt siegen lernen. Die Datenanalyse war und ist Steigbügelhalter beim Aufstieg Amazons zur wichtigsten E-Commerce-Plattform der westlichen Welt. Heute können es Unternehmen dem großen Vorbild gleich tun und datengesteuert ihren Amazon-Erfolg maximieren. <i>Stefan Bures, Geschäftsführer, metoda GmbH</i> | | |
| 10:15-11:00 Uhr | Amazon-Optimierung – der Schlüssel zu mehr Sichtbarkeit und Umsatz: Aktuelle Trends & Entwicklungen auf Amazon Nur wer gesehen wird, wird gekauft! Doch Amazon teilt den Händlern nicht mit, wie der Suchalgorithmus die Platzierungen verteilt. <i>Sönke Hansen, Geschäftsführer, ameo GmbH</i> | | |
| 11:00-11:15 Uhr | Kaffeepause | | |
| 11:15-12:45 Uhr | Produkte bewerben auf Amazon und anderen Kanälen: Steigern Sie Ihre Marktpräsenz Optimieren Sie Ihre Werbekampagnen mit SEA/SEO und Amazon-Werbetools. Mit Google und Facebook-Ads direkt auf Ihr Produkt lenken. Welche neuen Werbeformate kommen 2018 hinzu? Welche Werbeformate werden für Seller oder Vendoren geöffnet? Wie lassen sich diese optimal aussteuern? Und die Trends 2018. <ul style="list-style-type: none"> • Mit Google & Facebook zu Amazon: Externer Traffic für Deine Produkte <i>Ronny Marx, Geschäftsführer, Intomarkets Amazon Agentur</i> • Performance Marketing mit AMS & AAP - Neueste Trends und Entwicklungen <i>Adrian Jaroszynski, freier Berater, ehemaliger Amazon-Mitarbeiter</i> | Auf Amazon verkaufen mit Hilfe von professionellen Tools Egal ob Sie nun Seller oder Vendor sind, wenn Sie ein Produkt auf Amazon verkaufen, sind Sie nie alleine. Hier werden verschiedene Systeme präsentiert, um den Umsatz erfolgreicher zu pushen. <ul style="list-style-type: none"> • Monitoring Amazon mit ARA, ARAP und mehr – Wie Vendoren mit Business Intelligence ihre KPIs im Griff behalten <i>Tim Nedden, Geschäftsführer, Finc3 GmbH</i> • Best Practices in der Kampagnenoptimierung für Amazon PPC <i>Dr. Florian Nottorf, Geschäftsführer, Adference GmbH</i> | |
| 12:45-14:15 Uhr | Mittagspause | | |
| 14:15-15:00 Uhr | Produkt auf Amazon richtig Launchen: Strategien und Vorgehensweisen der Marktplatzerschließung und -ausweitung Hersteller und Händler, die Amazon nutzen, erhalten hier diverse Analysen und Tipps, wie Fallstricke vermieden werden. <i>Florian Gerngroß, Senior Consultant Marketplaces, ad agents GmbH</i> | Markenbildung im digitalen Vertrieb auf Amazon Markenbildung wird auf Amazon immer wichtiger: Bekanntheit und Markenpräferenz spielen eine wichtige Rolle. Dieser Track durchleuchtet die wichtigsten Facetten und unterschiedliche Strategien. <ul style="list-style-type: none"> • Strategien für erfolgreiches Wachstum und Markenbildung auf Amazon - Was die großen Marken lernen können von den Kleinen <i>Max Kronberg, Gründer, KW-Commerce</i> • Prototyping in 5 Tagen – agile Produktentwicklung mit Trystorming <i>Thorsten Borek, Geschäftsführer, XO PROJECTS GMBH</i> • Marketing und Sales neu denken <i>Matthias Ihnken, freier Berater (ehem. Beiersdorf)</i> | |
| 15:00-15:45 Uhr | Sortimentsfindung, Produktrecherche und Pricing Wie funktioniert qualitative und quantitative Produktrecherche auf Amazon? Wie finde ich den richtigen Preis? Welche Bedeutung hat der Preis und wie unterscheide ich mich von der Konkurrenz? <ul style="list-style-type: none"> • Kennzahlenbasiert auf die Erfolgsspur <i>Peter Höschl, Geschäftsführer, Shopanbieter.de</i> <i>Händler Tobias Gellhaus, www.freudentalerkinderladen.de</i> | Produktplatzieren, tracken und laufend optimieren Suchströme verschieben sich von Google auf Amazon. Hier lernen Sie die Produktsichtbarkeit zu analysieren und zu verbessern. <ul style="list-style-type: none"> • Sichtbarkeitstracking, Optimierung von Verkäufen <i>Franz Jordan, Geschäftsführer, Marketplace Analytics</i> | |
| 15:45-16:00 Uhr | Kaffeepause | | |
| 16:00-17:30 Uhr | Best Practices: Von den Profis lernen Was bei Anderen funktioniert, kann getrost übernommen werden. Hier lassen sich erfolgreiche Akteure in die Karten blicken. <ul style="list-style-type: none"> • Best Practice: Vendor-Insights eines Hausartikel-Herstellers <i>Dr. Markus Kick, Head of Business Development and Digital Transformation, Fackelmann GmbH + Co. KG</i> • Best Practice: Pro und Contra Amazon Launchpad – Vermarktung von elektronischen Zahnbürsten <i>Florian Kiener, Geschäftsführer, happybrush GmbH</i> | SPECIAL: Amazon Alexa – Wie man Alexa Skills für seine Marke nutzen kann Sprachassistenten vernetzen Geräte und intelligente Systeme: Das Einkaufsverhalten der Verbraucher wird von ihnen nachhaltig verändert. Worauf müssen sich Händler einstellen? <i>Adrian Jaroszynski, freier Berater, ehemaliger Amazon-Mitarbeiter</i> | |

INTERNET WORLD Business-Leser erhalten Sonderkonditionen auf den Ticketpreis!

Verkaufen, werben und analysieren auf Amazon

Besuchen Sie unsere Amazon-Austeller auf der Internet World EXPO:
Halle A5
Stand H214

Programm 7. März

| Raum 1 | Raum 2 |
|--|---|
| <p>09:30-10:30 Uhr</p> <p>Bewertungsmanagement: Kunden-Interaktion auf Amazon oder anderen e-Plattformen gezielt einsetzen</p> <p>In diesem Track wird eine aktuelle Studie aus 2/2018 der Hochschule Heilbronn zum Thema „Akzeptanz von Bewertungen“ vorgestellt.</p> <p>Welche Auswirkung haben negative Bewertung auf meinen Abverkauf, haben Bewertungen auch eine Auswirkung auf Offlinekäufe in stationären Läden? Wie komme ich gezielt an Bewertungen und Fragen zu meinen Markenprodukten, und was kann ich daraus lernen?</p> <p><i>Wolfgang Greipl, Geschäftsführer, gominga eServices GmbH</i></p> | <p>WORKSHOP:</p> <p>Verhandeln mit Amazon: Tipps und Tricks</p> <p>Wer als Vendor auf Amazon aktiv ist, darf sich regelmäßig mit dem Konzern über Margen, Ziele und Konditionen verständigen. Amazon kommt Ihnen dabei nicht weiter entgegen als nötig. Der Workshop hilft Ihnen dabei, sich auf die Gespräche vorzubereiten und den besten Deal herauszuholen. Wichtige Vertragsparameter und Fallstricke bei der Vendor Vertragsverhandlung?</p> <ul style="list-style-type: none">• „Wie tickt Amazon“ mit Insight Views eines Ex-Amazon Mitarbeiters. <i>Alexander Ortner, The Global Marketplace Group GmbH</i> |
| <p>10:30-11:00 Uhr</p> <p>Kaffeepause</p> | |
| <p>11:00-11:45 Uhr</p> <p>„Amazon gegenüber Ebay“ positioniert</p> <p>Warum sollten Sie auf Ebay nicht verzichten? eCommerce Werkzeugvertriebler Michael Atug befürwortet ebenso Ebay Aktivitäten und zeigt Vorteile gegenüber des Amazon Marktplatzes auf. Christian Kelm, Content-Keyword-Manager ist einer der Experten für Amazon. Beim Gaming-Zubehör-Hersteller Speedlink baute er Amazon als Kanal auf. Er nimmt in der Runde die Pro-Position für den Amazon Marktplatz ein.</p> <ul style="list-style-type: none">• Panel-Diskussion mit: <i>Michael Atug, Geschäftsführer, MAW Werkzeuge GmbH</i> <i>Christian Otto Kelm, freier Berater zu Amazon</i> | <p>SPECIAL:</p> <p>Rechtssicher auf Amazon: Was darf man, was nicht?</p> <p>Wie steht es um das Markenrecht auf Amazon? Welche Angaben sind Pflicht für Seller und Vendoren? Darf eine Marke einem Händler den Verkauf bestimmter Produkte verbieten? Rechtliche Fragen gibt es viele rund um den Verkauf auf Amazon. Worauf kommt es an? Was muss ich zur Coty-Entscheidung und vertriebsrechtliche Themen im Zusammenhang mit Drittplattformen wissen?</p> <p><i>Steffen Morawietz, Rechtsanwalt, Eversheds Sutherland (Germany) LLP</i></p> |
| <p>11:45-12:30 Uhr</p> <p>Moderation: Sönke Hansen, Geschäftsführer, ameo GmbH</p> | <p>INTENSIV:</p> <p>Vertiefung von Performance Marketing mit AMS & AAP – Bestehende Optionen und neueste Trends und Entwicklungen</p> <p>Die Performance Marketing Möglichkeiten auf Amazon steigen rasant. Bestehende Werbeformate und Ihre Umgangsweisen werden gezeigt. Und welche neuen Werbeformate kommen 2018 hinzu? Welche Werbeformate werden für Seller oder Vendoren geöffnet? Wie lassen sich diese optimal aussteuern?</p> <p><i>Marcus Duwe, Head of Performance Marketing & Analytics, ameo GmbH</i></p> |
| <p>12:30-14:00 Uhr</p> <p>Mittagspause</p> | |
| <p>14:00-14:45 Uhr</p> <p>WORKSHOP:</p> <p>Erfolgreich gesponserte Produkt-Kampagnen auf Amazon schalten</p> <p>Sind die grundlegenden Steuerungselemente von Amazon PPC verstanden, eröffnet sich für den Händler eine neue Welt an Werbemöglichkeiten auf Amazon. Wie Sie diese für sich optimal nutzen, üben Sie in diesem Workshop.</p> <p><i>Jens Jokschat, Geschäftsführer & Gründer, PrimeUp GmbH</i></p> | <p>INTENSIV:</p> <p>Vollanbindung an das Amazon-Portal – FBA – Prime by Merchant – Prime</p> <p>In diesem Vortrag wird aufgezeigt, welche Anforderung ein heutiges ERP-System in Bezug auf Anbindungen (API), Pflege von Daten, Automatisierung beim Versand und Kontrolle über den Geldfluss erfüllen muss, um den Verkauf und Handel von Ware bei Amazon zu strukturieren, zu automatisieren und effektiv und transparent zu gestalten.</p> <p><i>Andreas Büsch, Berater und Projektleiter, VARIO Software-Entwicklungs AG</i></p> |
| <p>14:45-15:30 Uhr</p> | <p>SPECIAL:</p> <p>Schnelle Warenfinanzierung für Amazon-Händler Best Practice Case „emtrada“</p> <p>Onlinehändler, die gerne expandieren würden, haben es oftmals schwer. Die Banken winken ab und für Investoren ist der Kapitalbedarf zu klein.</p> <ul style="list-style-type: none">• Herausforderungen für Onlinehändler im täglichen Geschäft• Vorstellung der Finanzierungslösung amacash anhand des Referenzcases „emtrada“ <p><i>Matthias Bommer, Geschäftsführer, amacash</i></p> |

Programmänderung vorbehalten

Ihr Anmeldecode **AWC18IWB** auf www.amazonworld-convention.de

Amazon ist eine eingetragene Marke von Amazon.com, Inc. Die Organisation und Umsetzung der Kongress-Messe AmazonWorld Convention steht in keiner Verbindung zu Amazon.com, Inc. oder deren Tochtergesellschaften.