

Raum 1

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 <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 <i>Sönke Hansen, Geschäftsführer, ameo GmbH</i>

11:00-11:15 Uhr Kaffeepause

Raum 1

11:15-12:00 Uhr	Produkte bewerben auf Amazon und anderen Kanälen: Steigern Sie Ihre Marktplatzpräsenz <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>
12:00-12:45 Uhr	

Raum 2

11:15-12:00 Uhr	Auf Amazon verkaufen mit Hilfe von professionellen Tools <ul style="list-style-type: none"> Monitoring Amazon mit ARA, ARAP und mehr – Wie Vendoren mit Business Intelligence ihre KPIs im Griff behalten <i>Sven Koch, Geschäftsführer, Finc3 GmbH</i>
12:00-12:45 Uhr	Produktdaten platzieren, tracken und laufend optimieren <ul style="list-style-type: none"> Sichtbarkeitstracking, Optimierung von Verkäufen <i>Franz Jordan, Geschäftsführer, Marketplace Analytics</i>

12:45-14:15 Uhr Mittagspause

14:15-15:00 Uhr	Produkt auf Amazon richtig Launchen: Strategien und Vorgehensweisen der Marktplatzeröffnung und -ausweitung <i>Florian Gerngroß, Senior Consultant Marketplaces, ad agents GmbH</i>
15:00-15:45 Uhr	Sortimentsfindung, Produktrecherche und Pricing <ul style="list-style-type: none"> Kennzahlenbasiert auf die Erfolgsspur <i>Peter Höschl, Geschäftsführer, Shopanbieter.de Händler Tobias Gellhaus, www.freudentalerkinderladen.de</i>

14:15-15:00 Uhr	Markenbildung im digitalen Vertrieb auf Amazon <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	Moderation: Sönke Hansen, Geschäftsführer, ameo Agentur GmbH

15:45-16:00 Uhr Kaffeepause

16:00-17:30 Uhr	Best Practices: Von den Profis lernen <ul style="list-style-type: none"> Best Practice: Pro und Contra Amazon Launchpad – Vermarktung von elektronischen Zahnbürsten <i>Florian Kiener, Geschäftsführer, happybrush GmbH</i> Best Practices in der Kampagnenoptimierung für Amazon PPC Performance-führenden Technologie für Google AdWords für Amazon PPC (Seller und Vendoren). <i>Dr. Florian Nottorf, Geschäftsführer, Adference GmbH</i>
-----------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

16:00-17:30 Uhr	SPECIAL: Amazon Alexa – Wie man Alexa Skills für seine Marke nutzen kann <i>Adrian Jaroszynski, freier Berater, ehemaliger Amazon-Mitarbeiter</i> <i>Travis Marsh, Digital Consultant, Apimat GmbH</i>
-----------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Raum 1		Raum 2	
09:30-10:30 Uhr	<p>Bewertungsmanagement: Kunden-Interaktion auf Amazon oder anderen e-Plattformen gezielt einsetzen</p> <p><i>Wolfgang Greipl, Geschäftsführer, gominga eServices GmbH</i></p>	<p>WORKSHOP:</p> <p>Strategien für erfolgreiche Verhandlungen mit Amazon</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amazon DNA: wie tickt Amazon? – Front- vs. Back Konditionen: Ziele des Vendor Managers <p><i>Alexander Ortner, The Global Marketplace Group GmbH</i></p>	
10:30-11:00 Uhr Kaffeepause			
11:00-11:45 Uhr	<p>„Amazon gegenüber Ebay“ positioniert</p> <ul style="list-style-type: none"> • Panel-Diskussion mit: <p><i>Michael Atug, Geschäftsführer, MAW Werkzeuge GmbH</i> <i>Christian Otto Kelm, freier Berater zu Amazon</i></p> <p>Moderation: <i>Sönke Hansen, Geschäftsführer, ameo GmbH</i></p>	<p>SPECIAL:</p> <p>Rechtssicher auf Amazon: Was darf man, was nicht?</p> <p><i>Steffen Morawietz, Rechtsanwalt, Eversheds Sutherland (Germany) LLP</i></p>	
11:45-12:30 Uhr		<p>INTENSIV:</p> <p>Vertiefung von Performance Marketing mit AMS & AAP – Bestehende Optionen und neueste Trends und Entwicklungen</p> <p><i>Marcus Duwe, Head of Performance Marketing & Analytics, ameo GmbH</i></p>	
12:30-14:00 Uhr Mittagspause			
14:00-14:45 Uhr	<p>WORKSHOP:</p> <p>Erfolgreiche PPC Kampagnenpraxis: Produkte, Werbeformate, Umsetzung</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><i>Andreas Büsch, Berater und Projektleiter, VARIO Software-Entwicklungs AG</i></p>	
14:45-15:30 Uhr		<p>SPECIAL:</p> <p>Schnelle Warenfinanzierung für Amazon-Händler Best Practice Case „emtrada“</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>	

Programmänderungen vorbehalten

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.

www.amazonworld-convention.de