

Digital Marketing 4Heroes

Die wichtigsten Themen des digitalen Marketings werden am 24. Oktober in einer Konferenz in Wien von Experten diskutiert.



© Panthermedia.net/Amokiv

MÜNCHEN/WIEN. Ab dem 12. Oktober referieren Marketing-Experten auf der neu konzeptionierten 4Heroes-Conference & Masterclasses über Produktinnovationen und praxistaugliche Lösungen aus den derzeit meist diskutierten Bereichen des digitalen Marketings: Data Driven Marketing, Video Advertising, Content Marketing sowie Social Media.

Wie nutzt man einfach, aber effizient und erfolgreich Data

Driven B2B-Marketing? Was gibt es für Tipps und Tricks für das immer wichtiger werdende Video Marketing? Helfen Geschichten dabei, Menschen zu begeistern und dadurch Kunden zu gewinnen? Und wie sieht die Zukunft des Social Media Marketing aus? Auf Fragen wie diese müssen Marketingleiter zukünftig Antworten wissen, wenn sie für die Herausforderungen der digitalen Transformation gewappnet sein wollen.

Die eintägigen 4Heroes-Konferenzen in Berlin, München und am 24. Oktober in Wien im C3 Convention Center bieten Marketing-Verantwortlichen und CMOs deshalb eine ideale Plattform, um sich über innovative Lösungsansätze und vielfältige Einsatzmöglichkeiten neuer Technologien zu informieren, bieten gleichzeitig aber auch wertvolle Möglichkeiten zum Networking und Wissensaustausch. (red)

Facts

4 Ziele

- Aufzeigen von Einsatzmöglichkeiten der 4Heroes
- Vorstellen von Lösungsansätzen, Vorgehensmodelle und Best Practices
- Vermitteln von Orientierungspunkten und Empfehlungen
- Networking und Wissensaustausch

4 Themenblöcke

Data Driven Marketing Customer Experience und Digitalisierung – einfach und effizient, erfolgreiches Data Driven B2B-Marketing

Video Advertising Wie Videomarketing Fans von Brands generiert, 30 Tipps für Ihr YouTube-Marketing, Content Marketing mit Videos – Trends & Cases

Content Marketing Fresh Content – wie Sie Menschen mit Geschichten begeistern und dadurch Kunden gewinnen – Motto: Inform and guide me, hype and entertain me, Content- und Viral-Marketing durch Social Seeding messbar stärken, Content Marketing als wesentlicher Teil der Vermarktungsstrategie

Social Media Marketing Social Media Marketing – The Future of Social Advertising, Fallstudie: Influencer setzen Phillips Hue ins rechte Licht.

Wann Wien, 24. Oktober 2017

Wo C3 Convention Center, Alfred-Dallinger-Platz 1, Ecke Schlachthausgasse 28, 1030 Wien

Die Werbestärksten

Focus testete unter anderem 63 TV-Spots.

WIEN. Das Focus-Institut testet regelmäßig die werbestärksten neuen Sujets aus den Bereichen TV, Hörfunk, Print, Plakat, Prospekt, Online und InfoScreen. Insgesamt wurden im Juli 63 neue TV-Spots (erstmalig on air: Juli & August) abgetestet.

Der durchschnittliche Werbebudget der einzelnen TV-Spots im ORF lag bei etwa 55.000 € (Bruttoaufwendungen), das

höchste Budget betrug etwa 269.000 €.

DDFG auf dem Stockerl

Den 1. Platz – errechnet aus Recognition, Gefälligkeit und Markenimpact – erzielt Billa (Dirnberger De Felice Grüber), gefolgt von Nivea Pflege & Halt Stylingprodukte (FCB Neuwien) auf Platz 2 und OMV (GGK Mullenlowe) an der 3. Stelle. (red)

Die glücklichen Gewinner

Top Ten-Sieger

1. Billa/Dirnberger De Felice Grüber (click to play)
2. Nivea Pflege & Halt Stylingprodukte/FCB Neuwien
3. OMV/GGK Mullenlowe
4. Gillette Fusion ProGlide Rasierer und Gel/Grey
5. Media Markt/Hello
6. Dr. Oetker Pietro Pizzi Pizza/BBDO Deutschland
7. Raiffeisen Electronic Banking/Ogilvy & Mather
8. Erste Bank und Sparkasse George/Jung von Matt
9. Opel Crossland X/Scholz & Friends Hamburg
10. Lidl/bluforce group

Image-Sieger

Der Ansprechendste
Rexona Deodorant

Der Originellste Hornbach Bau + Gartenmarkt

Der Modernste aboutyou.at

Der Informativste Raiffeisen Electronic Banking

Der Sympathischste Opel Crossland X

Der Verständlichste Grazer Wechselseitige Vorsorge

Der Kaufanregendste Philadelphia Mousse

Der Auffälligste Pringles Kartoffelsnack