

26./27. Mai 2020 | Mövenpick Hotel Berlin

#Strategiegipfel B2B Marketing

Digital Business Transformation & Digital Marketing



Wolfgang Weinkum
Global Director, Sales and
Marketing Operations



Silke Lang
Director Marketing Mobile
Hydraulics



Dirk Rockendorf
Head of Marketing
Aftermarket & Digitalization



Jens Kleine
Digital Sales Lead B2B -
International



Christian Jacob
Leiter Marketing



Dr. Thomas Salditt
Vice President Digital
Business Enabling



Claudia Siebert
Director Strategic
Content Planning



Michael Stenberg
Head of Digital
Marketing



Carsten Sichler
Head of Brand and Marketing
Communications

Business Transformation & Marketing Strategie | Agile Marketing
Customer Experience & Customer Journey | Digital Customer Engagement
Marketing Automation | Lead Management | Digital Transformation &
Change Management | Content Marketing & Storytelling
Multichannel-Management | Data Driven Marketing | Big Data & AI
Viral & Influencer Marketing



Wir bringen Entscheider zusammen.



Strategiegipfel
B2B Marketing
26./27. Mai 2020



Zielgruppe/Teilnehmer
CMO; Leiter Digital
Marketing, E-Business/
E-Commerce, Brand
Marketing, Social Media;
Leitende Marketing
Manager mit
Budgetverantwortung
(m/w/d)



Gipfel-Location
Mövenpick Hotel Berlin



Networking Dinner



Warm-Up
25. Mai ab 19 Uhr

Die digitale Transformation ist für die meisten B2B-Unternehmen bereits Realität. Was bedeutet das für die Vermarktung von erklärungsbedürftigen Produkten, die Kommunikation mit spitzen Zielgruppen oder den Umgang mit unterschiedlichen Handelspartnern in mehrstufigen Vertriebsmodellen?

Automatisierung, Big Data oder Agiles Marketing sind nur einige der Schlagwörter, die den Wandel im B2B Marketing markieren und Optimierungspotenziale aufzeigen. Natürlich gilt: Nicht alles, was im B2C Reichweite oder Umsatz garantiert, ist unverändert auf das B2B-Segment übertragbar. Umso wichtiger wird der Austausch mit anderen Kollegen darüber, was wirklich funktioniert, was nur Buzzword ist und wo die begrenzten Ressourcen sinnvoll allokiert sind.

Unser Strategiegipfel setzt genau hier an und bietet das ideale Forum, um sich zu spezifischen Herausforderungen im B2B Marketing auszutauschen und Einblick in die Transformationsprozesse großer wie auch mittelständischer Unternehmen zu erhalten.

Vorsitz | Moderation



Prof. Dr. Alexander Decker
Studiengangleiter
Marketing/ Vertrieb/
Medien
Technische Hochschule
Ingolstadt THI



Dr. Olivier Blanchard
Geschäftsführer
DigiDoo Consulting



Networking ohne
Zufallsfaktor



Trendthemen und
Best Practices



Austausch mit
Führungskräften
auf Augenhöhe



Zielgerichtete
Vorbereitung im
Veranstaltungsportal



Maximale Zeiteffizienz
und Nachhaltigkeit



Individuelle
Ablaufpläne

WARM-UP | 25. MAI

ab 19.00 Bei einem kühlen Getränk an der Hotelbar bietet sich die Gelegenheit für einen ersten Austausch mit anderen Gipfelteilnehmern in entspannter Atmosphäre.



TAG 1 | 26. MAI

08.15 **Registrierung**

09.00-09.15 **Eröffnung durch die Vorsitzenden**

09.15-09.45 **BEST PRACTICE VORTRAG**

Digitale Transformation im Mittelstand: Wie Marketing erfolgreich "Digital Leadership" übernehmen kann

- > Digitale Transformation am Beispiel des Weltmarktführers im Bereich Industrieschnelllauftore
- > Die Digitalisierung einer Branche und wie ein Unternehmen darauf reagiert hat
- > Die neue Rolle des Marketings und was wir daraus gelernt haben



Christian Jacob
Leiter Marketing
EFAPLEX Tor- und Sicherheitssysteme GmbH & Co. KG

09.45-10.15 **BEST PRACTICE VORTRAG**

Touchpoint Messe - Vertriebsunterstützung durch digitale Messekommunikation mit sinnvollen KPIs

Messen messbar machen: Wie thyssenkrupp es im Rahmen der bauma 2019 gelungen ist, mit neu gelaunchten Produktinnovationen, einer ganzheitlichen Kommunikationskampagne und sinnvoll gesetzten KPIs den Vertrieb bestmöglich zu unterstützen und zugleich eine Grundlage zu einem datenbasierten Fahrplan für zukünftige Messeauftritte zu schaffen



Carsten Sichler
Head of Brand and Marketing
Communications
thyssenkrupp Industrial Solutions GmbH

10.20-10.50 **BEST PRACTICE VORTRÄGE (PARALLELVORTRÄGE)**

Vortrag A: Wie sich Content Marketing in Umsatz verwandelt – Marketing und Sales in der gemeinsamen Verantwortung für digitale Geschäfte

- > Wie digitale Customer Journeys Wirkung auf den Umsatz erzielen
- > Sales und Marketing in gemeinsamer Verantwortung
- > Gegenseitige Ertüchtigung in Umsatz-Fokussierung und digitaler Denke



Michael Stenberg
Head of Digital Marketing
Siemens AG

Vortrag B: Kreative Zerstörung – Ein Tabakkonzern ohne Zigaretten, wie funktioniert das?

- > Wieso aktuell bei Philip Morris der radikalste Transformationscase der Unternehmensgeschichte stattfindet.
- > Was bedeutet dies konkret für Marketing, Vertrieb, wenn man sein Kernprodukt abschafft und einen neuen Plan A hat.

Denny Witt gibt einen Blick hinter die Kulissen und teilt unsere Herausforderungen, Learnings sowie Fehler, die wir seit der neuen Zielsetzung erlebt haben. Der Fokus liegt dabei auf die Umstrukturierung unserer Vertriebskanäle und die Neuausrichtung neuer Geschäftsfelder.



Denny Witt
Leiter Business Relations
Philip Morris GmbH

10.50 **Kaffeepause**

11.15-11.45 **BEST PRACTICE VORTRÄGE (PARALLELVORTRÄGE)**

Vortrag A: Vom Data-Driven Marketing zum Data-Driven Business: Was kommt nach Marketing Automation?

Individuelle Viele Unternehmen sind dabei Marketing Automation einzuführen oder setzen die Technologie bereits erfolgreich ein. Im Vortrag werden mögliche nächste Schritte auf dem Weg zum Data-Driven Business aufgezeigt.

Vortrag B: Lernwerkstatt Content Marketing – denn sie wissen (nicht) was sie tun

- > Strategiewechsel und Lernreise bei B. Braun in den letzten 5 Jahren
- > Einführung von Content Marketing und "Roll-out" in der gesamten Organisation
- > Erfahrungen mit einer iterativen Vorgehensweise: Wie man aus Experimenten lernt, Prototypen weiterentwickelt und aus diesen Learnings Standards definiert



Lutz Klaus
Gründer und Inhaber
Marketing ROI
Consulting



Claudia Siebert
Director Strategic
Content Planning
B. Braun Melsungen AG

11.55-12.55 **NETWORKING**

Individuelle Networkinggespräche mit Fachkollegen und Partnern auf Basis der Kontaktwünsche aus unserem Veranstaltungsportal.

WORKSHOP 1

12.00-12.50 **z.B. Digital Roadmap B2B**

WORKSHOP 2

z.B. Datengetriebene Geschäftsmodelle im B2B

13.00-14.00 **Gemeinsames Mittagessen**

14.00-14.30 **BEST PRACTICE VORTRAG**

Sales & Marketing Alignment in der Praxis: So steigern Sie die Lead-Qualität für Vertriebsmitarbeiter!

- > Lead-Generierung als eines der Hauptziele zur Messung der Marketingleistung
- > Qualifizierung der Leads und schnelle Umwandlung in Leads für den Verkauf
- > In diesem Vortrag erfahren Sie,
 - wie Pall das Thema Lead-Generierung und Lead-Management behandelt
 - warum die Lead-Qualifizierung ein wesentlicher Bestandteil jedes erfolgreichen Lead-Generierungsprogramms ist



Wolfgang Weinkum
Global Director Sales
and Marketing
Operations
Pall Corporation

14.35-16.05 **NETWORKING**

WORKSHOP 3

14.40-15.30 **z.B. Content Marketing**

WORKSHOP 4

z.B. Gestaltung einer Seamless Customer Journey

16.15-16.45 **BEST PRACTICE VORTRÄGE (PARALLELE VORTRÄGE)**

Vortrag A: Kundenzentrierte Marketing Automation Kampagnen in der Elektrowerkzeugbranche am Beispiel der Festool GmbH

- > Wie können Kundenevents durch Marketing Automation Kampagnen erfolgreich unterstützt werden?
- > Welche Herausforderungen gibt es bei der Konzeption?
- > Welcher wirtschaftliche Nutzen resultiert hieraus?



Katrin Erhardt
Projektleitung
Marketing
Automation IT
Festool GmbH



Wiegand Binder
Projektleitung
Marketing
Automation
Festool GmbH

Vortrag B: Content Automation bei BSH: Wie BSH inhouse neue Maßstäbe im Bereich Content Automatisierung setzt

- > Premium-Geräte brauchen Premium-Content
- > Die zunehmende Nutzung digitaler Kontaktpunkte beschleunigt diesen Trend
- > Altes Konzept mit ein paar Standbildern und Agentureinsatz zu starr und zu teuer
- > BSH hat eigene „Content Factory“ aufgebaut für produktbezogenen Content
- > Eigenproduktion von 3D Daten-basierten Bildern, 360° Views, Feature Videos etc.



Dr. Thomas Salditt
Vice President Digital
Business Enabling
BSH Hausgeräte GmbH

17.00-18.30 **NETWORKING**

WORKSHOP 5

17.05-17.55 **z.B. B2B Marktplätze aus Herstellersicht**

WORKSHOP 6

z.B. Agile Marketing

18.35-18.55 **IMPULSVORTRAG**

Digitale Kolonie oder eigenständige Digitalwirtschaft – Braucht Europa eine eigene Suchinfrastruktur?

- > Die Situation Europas im Rahmen der Digitalisierung
- > Betrachtung bisheriger Ansätze zur Suchinfrastruktur
- > Ansätze für eine offene Suchinfrastruktur in Europa



Prof. Dr. Alexander Decker
Studiengangleiter
Marketing/ Vertrieb/
Medien
Technische Hochschule
Ingolstadt THI

18.55-19.15 **PODIUMSDISKUSSION**

Digitale Kolonie oder eigenständige Digitalwirtschaft – Braucht Europa eine eigene Suchinfrastruktur?

Moderation: Prof. Dr. Alexander Decker, Studiengangleiter Marketing/ Vertrieb/ Medien, Technische Hochschule Ingolstadt THI

19.30 **Abfahrt zum Networking Dinner in der Wartehalle Berlin-Mitte**



TAG 2 | 27. MAI

08.45-09.15 BEST PRACTICE VORTRAG

Bessere Leads durch modernes B2B Marketing – wie wird aus einem Messekontakt ein glücklicher Kunde



TBA
communicode AG

09.15-09.45 BEST PRACTICE VORTRAG

B2B Marketing Praxis: Wie Vertriebsmitarbeiter eines Energieversorgers digitale Medien für personalisierten Vertrieb nutzen

- > Social Selling – Nutzung sozialer Medien als Vertriebskanal > als Erkenntnis- und Ergebnisbericht
- > Marketing Automation > Einsatz personalisierten Contents über Marketing Automation zur Erhöhung der Leadqualität > Ergebnisbericht
- > Out of Home > als Kundenerlebnis auf der Customer Journey
- > Emotionen im B2B



Jens Kleine
Digital Sales Lead
B2B - International
innogy SE



Dr. Beatrice Ermer
Senior Manager
Strategic Marketing
(B2B)
innogy SE

08.45-09.35 WORKSHOP 7 (PARALLEL)

Entscheiden in einer immer komplexeren Welt – ein Workshop zum Anwenden der neuesten Methode Kübernetik

Die Anforderungen an den Einzelnen in einer digitalisierten Welt werden zunehmend größer. Schlimmer, gerade wer sich in einem Bereich gut auskennt und stark reflektiert, hat eine Unzahl an Bedenken und noch mehr Optionen. Mit der fatalen Folge, dass eine Priorisierung kaum möglich ist. Als Folge werden wichtige Entscheidungen oft gar nicht mehr getroffen. In dem Workshop lernt der Teilnehmer das neue Verfahren der Kübernetik kennen. Schritt für Schritt wird unter Anleitung eine komplexe Business-Frage, wahlweise individuell oder im Team, bearbeitet. Nach ca. 45min erhält jeder Antworten, wie die Herausforderung effektiv bewältigt werden kann.



Chris Eberl
selbstständiger Coach,
Dozent, Unternehmer
und Gründer

09.50-10.50 NETWORKING

Individuelle Networkinggespräche mit Fachkollegen und Partnern auf Basis der Kontaktwünsche aus unserem Veranstaltungsportal.

WORKSHOP 8

09.55-10.45 z.B. Cloud als Enabler für ein flexibles E-Business

WORKSHOP 9

z.B. E-Commerce & Content Marketing

10.50 Kaffeepause

11.00-12.30 NETWORKING

11.05-11.55	WORKSHOP 10 z.B. Lead Generation & Marketing Automation
12.35-13.05	WORKSHOP 11 z.B. IoT & Industrie 4.0 als Treiber neuer Geschäftsmodelle
13.05-14.05	BEST PRACTICE VORTRAG Mehr als nur Buzzwords: UX und Design Thinking im digitalen Marketing & Vertrieb > Was steckt hinter diesen ursprünglich aus der Produktentwicklung kommenden Konzepten? > Was ist davon auch für Marketing und Vertrieb anwendbar? > Beispielhaft aufgezeigt an der Entwicklung eines B2B-Kundenportals
14.05-15.35	Gemeinsames Mittagessen
15.40-16.10	NETWORKING
16.10-16.40	BEST PRACTICE VORTRAG "New Business – New Marketing – New Culture" - Fünf Thesen zur Zukunft des B2B Marketing > Fakten, Hintergründe und Meinungen von Experten aus Wissenschaft und Praxis des b2b Marketings > Einsicht in die Ergebnisse der bvik Studie zum Thema Marketing Budgets und Investitionen im Digitalen Bereich > Einblicke in die Ergebnisse des bvik Trendbarometers > Die Firmenkultur treibt den digitalen Wandel im Unternehmen und nicht die Technologie: Einblicke aus der Praxis
16.40	BEST PRACTICE VORTRAG Integration von Handelspartnern: Erfolgreiche Strategien für eine indirekte Marktbearbeitung im Aftermarket > Herausforderungen im Automotive Aftermarket > Die Bedeutung der Endkunden im indirekten Vertrieb > CRM, Newsletter, Loyalty Programme & Co: Tools für den Erfolg > DSGVO als große Hürde für die Kommunikation
16.40	RoundUp & Verabschiedung durch die Vorsitzenden



Bernhard Falch
Head of Digital Marketing & Sales
Bosch Sicherheits-systeme GmbH



Silke Lang
Director Marketing
Mobile Hydraulics
Bosch Rexroth AG / Vorstand bvik



Dirk Rockendorf
Head of Marketing
Aftermarket & Digitalization
Continental AG

Partner



**Anmeldung Strategiegipfel
B2B Marketing
26. & 27. Mai 2020**

per Fax an +49 (0)30 6098 50 999 oder online
unter www.project-networks.com/Anmeldung-MT/

Ihr Gipfelpaket enthält:

- Die Teilnahme am umfangreichen Rahmenprogramm (Vorträge, moderierte Workshops, Impulsvorträge mit Projektgruppen, Networking)
- Optionale Teilnahme an Workshops
- Individuell zugeschnittener Ablaufplan mit vorqualifizierten Expertengesprächen mit Fachkollegen, Referenten und Partnern anhand Ihrer Themenwünsche
- Gipfelunterlagen in Buchform mit umfassenden Informationen zum Gipfel und allen beteiligten Unternehmen
- Downloadoption der Vortragsunterlagen im Nachgang
- Zugang zum geschützten Website-Bereich: aktuelles Programm, angemeldete Fachkollegen & Partnerunternehmen, Angabe Ihrer Themenwünsche und Auswahl der Gesprächspartner für das 1:1-Networking
- Networking Dinner am ersten Konferenzabend
- Teilnahmebestätigung

TICKETBUCHUNG

(Preis zzgl. MwSt. Teilnahmebedingungen gelten nicht für Berater und Lösungsanbieter.)

- **995 €** für das Corporate-Gipfelpaket
Sie sind Entscheider aus einem Start-up oder einer öffentlichen Verwaltung / einer NGO? Dann kommen Sie für ein individuelles Angebot auf uns zu!
- Ich möchte das Zimmerkontingent von project networks in Anspruch nehmen. Bitte senden Sie mir das Reservierungsfomular zu.
(Je nach Verfügbarkeit - Zimmerkontingent limitiert.)

Buchungscode

Sollten Sie einen besonderen Buchungscode erhalten haben, tragen Sie diesen bitte hier ein.

KONTAKT

Anrede _____ Titel _____

Vorname _____ Nachname _____

Position _____ Unternehmen _____

Straße _____ Nr. _____

PLZ _____ Stadt _____

Land _____

E-Mail-Adresse _____

Tel. _____ Mobil _____

Anmerkungen _____

RECHNUNGSADRESSE

(Wenn abweichend. Wir senden die Rechnung per E-Mail als PDF)

Unternehmen _____

Straße _____ Nr. _____

PLZ _____ Stadt _____

Land _____

Bemerkung _____

VAT-ID (bei Rechnung ins Ausland) _____

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Anmeldung: Dieser Vertrag kommt zustande, sobald er von Seiten der project networks GmbH schriftlich bestätigt worden ist. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt. Sie erhalten eine Rechnung über das gebuchte Gipfelpaket.

Stornierung: Die Stornierung bedarf der Schriftform. Bei Stornierung der Teilnahme bis sechs Wochen vor Veranstaltungstermin erhebt project networks 50%, bei Stornierung innerhalb von sechs Wochen vor Veranstaltungsbeginn oder bei Nichterscheinen 100% der Teilnahmegebühr als Stornogebühr. Anstelle einer Stornierung kann die Anmeldung auch an einen adäquaten Stellvertreter (leitender Manager des gleichen Unternehmens) übertragen werden. Storniert project networks die Veranstaltung, wird die Teilnahmegebühr erstattet.

project networks haftet nicht für eine Absage, Veränderung oder zeitliche Verschiebung einer Veranstaltung aufgrund höherer Gewalt (u.a. kriegerische Auseinandersetzungen, Unruhen, terroristische Bedrohungen, Naturkatastrophen, politische Beschränkungen, Streiks etc.).

Daten: Unsere Datenschutzerklärung finden Sie unter project-networks.com/datenschutz. Mit Ihrer Anmeldung willigen Sie ein, dass Ihre Daten genutzt werden, um allen Beteiligten eine zielgerichtete Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung und das Networking im geschlossenen Teilnehmerkreis auf und nach dem Gipfel zu ermöglichen. Eine Weitergabe der Daten an dritte Unternehmen, die nicht an der gebuchten Veranstaltung beteiligt sind, erfolgt nicht. Die beteiligten Personen erklären sich mit Bild- und Tonaufzeichnungen bei Veranstaltungen von project networks GmbH einverstanden. Sämtliche Rechte an Bild und Ton sind project networks GmbH vorbehalten.

Bestätigung

- Hiermit erkläre ich mich mit den o.g. Geschäftsbedingungen der project networks GmbH einverstanden.

News & Updates

- Ich möchte künftig frühzeitig per E-Mail über anstehende Veranstaltungen informiert werden, um z.B. von Frühbuecherkonditionen zu profitieren.

Datum _____ Unterschrift _____