



FOKUS:

CONVERSION CITY



som

eBusiness, Online Marketing
Direct Marketing

10 YEARS **som**
LET'S MAKE IT A FESTIVAL!

18. – 19. April 2018 | **Messe Zürich**
Öffnungszeiten: 9:00 - 17:30 Uhr

Keynote Speaker 2018



Remo Girard

Teamleader Digital Business Projects
AMAG Import AG



Tarkan Özküp

Leiter Marketing
Credit Suisse Schweiz AG



Dr. Torsten Schwarz

Inhaber
ABSOLIT Dr. Schwarz Consulting



Cyrille Brisson

VP Marketing EMEA
Eaton

Besuchen Sie uns auch auf:
www.som-expo.ch

geschätzte Messteilnehmerinnen und -teilnehmer
geschätzte Ausstellerinnen und Aussteller



Corine Mauch
Stadtpräsidentin
Zürich



**Regierungsrätin
Carmen
Walker Späh**
Volkswirtschafts-
direktorin des
Kantons Zürich

ist uns eine Freude, Sie im Na-
men von Stadt- und Regierungsrat
am 10. Schweizer Fachmesse für
Digital Marketing und E-Business
in Zürich Oerlikon begrüessen zu
dürfen. Ihre Veranstaltung ist seit
langem fester Bestandteil des Zür-
cher Messekalenders und damit
der beste Beweis, dass auch im
digitalen Zeitalter noch keine tech-
nische Innovation, kein Algorithmus
und auch keine App entwickelt wur-
den, welche die Vorzüge der guten
alten Messe und den persönlichen
Kontakt vor Ort gleichwertig zu er-
reichen vermag.

Zürich als helvetischer Hotspot
in den Bereichen ICT, Kreativ-
wirtschaft und Kommunikation ist
der bestmögliche Austragungsort für
die Messe im Bereich Digital Mar-
keting und E-Business. Dank der
hohen Lebensqualität und dem
inspirierenden Umfeld lassen sich
immer wieder kreative Ideen reali-
sieren. Nicht umsonst haben sich

namhafte Unternehmen aus der
IT- und Marketingbranche in der
Region Zürich niedergelassen und
zahlreiche Start-ups tüfteln an in-
novativen Geschäftsideen. Zur ho-
hen Standortattraktivität trägt aber
auch die Nähe zu renommierten
Forschungsanstalten und Hoch-
schulen bei, was Kooperationen
zwischen Wissenschaft und Unter-
nehmen erleichtert.

Wir wünschen allen Veranstal-
tenden sowie allen Besucherinnen
und Besuchern eine erfolgreiche
Messe und hoffen, dass Sie Ihr per-
sönliches Wissen und Ihr Netzwerk
erweitern können und am Rande
der Veranstaltung auch noch die
Zeit finden, die Vorzüge der Region
Zürich zu entdecken.

Stadtpräsidentin Zürich
Corine Mauch

Regierungsrätin
Carmen Walker Späh



ENTRITTSPREISE

Bestellung eines 2-Tagestickets zum Vorzugspreis 70 CHF

registrieren Sie sich im Vorfeld unter:
<http://www.som-expo.ch/registrierung>

Kauf eines 2-Tagestickets vor Ort 80 CHF

Wenn Sie eine Eintrittskarte vor Ort kaufen, nehmen Sie
gegebenenfalls längere Wartezeiten in Kauf. Bestellen Sie im
Vorfeld Ihr Ticket zur SOM und sparen Sie Zeit und Geld.

Eintritt nur für Fachbesucher

Die SOM richtet sich ausschliesslich an Geschäftsführer, Marketing-
verantwortliche und Marketing-, IT-, E-Commerce-Entscheider aus Unter-
nehmen, Verbänden, Non-Profit-Organisationen, Dienstleistern

DIGITAL MEDIA TRENDS 2018

Die digitale Welt bewegt sich explosionsartig nach
vorne. Welche Trends bringt 2018 mit sich?

24 Stunden Video-Nutzung

In einer Kultur von „mobile first“ und in Social Media ist Video der
Hauptkanal. 2018 geht es darum, mit qualitativen, aber zugleich gün-
stig produzierten Videos die Aufmerksamkeit der Nutzer innerhalb der
ersten 3 Sekunden zu erhalten.

Influencer-Marketing

Influencer-Marketing wächst in 2018 als Disziplin. Werbeauftraggeber
müssen jedoch ihre Partnerschaften selektiv auswählen, und zwar
basierend auf Authentizität, Markenstärke und Kontrolle. Die Influencer
selbst sollten auf qualitativen Traffic und Echtheit achten, denn
die Nutzer wählen vorsichtiger aus, wem sie vertrauen.

Programmatic 1-zu-1

Der programmatische Einkauf von Display-Werbung legt in diesem
Jahr stark zu. In den USA werden schätzungsweise bereits 80% der
Display-Werbeausgaben programmatisch eingekauft. Davon werden
75% in einer 1-zu-1-Beziehung zwischen dem Werbekunden und der
Webseite gebucht.

Von Audience- zu Umfeld-Targeting

Facebook hat gezeigt, was Audience-Targeting eigentlich heisst und
in Kombination mit einem einfachen Einkaufsprozess und einer welt-
weiten Reichweite ist es fast unschlagbar. Es kann jedoch gefährlich
werden, seinen Usern überall im Netz zu folgen, denn diese besuchen
auch Umfeldler, bei denen nicht jeder Werbekunde seine Anzeigen
zeigen will. Die Antwort darauf heisst Premium Context und ein gutes
Umfeld-Targeting.

Amazon als Konkurrent zu Google und Facebook

Über 50% aller Online-Einkäufe in Amerika beginnen bei Amazon. Da-
her kann und möchte Amazon das Werbe-Duopol von Google und
Facebook anfechten. Die Kunden wollen Amazon sowohl im Search
wie auch im Display-Bereich ausprobieren.

Conversational Commerce

In 2018 zeichnet sich ab, dass eine sinnvolle Mischung aus mensch-
licher Interaktion und automatisierten Technologien wie Chatbots und
Artifizielle Intelligenz den Umsatz steigern kann.



Catrin Rubenson

Inhaberin und Digital Consultant catrinrubenson.com
Mitgründerin Digital Marketing Golf Trophy
Vorstand IAB Switzerland

ANREISE

Messegelände Messe Zürich

Halle 7 // CH- 8050 Zürich // www.messe.ch

Anreise mit dem Auto

Von den Autobahnausfahrten Affoltern oder Seebach, Opfikon, Zürich
Hardturm und Zürich-Schwamendingen zum Messe-Parkhaus an der
Hagenholzstrasse in ca. 10 Fahrminuten.

Anreise mit dem Flugzeug

Die Eisenbahnstrecke Flughafen Zürich/Kloten – Zürich Hauptbahnhof
führt über Zürich-Oerlikon, von wo aus das Messegelände bequem
erreicht werden kann.

Zug und S-Bahn

Linien S2 S5 S6 S7 S8 S14



Remo Girard
Teamleader Digital
Business Projects,
AMAG Import AG

Erfolgreich auf dem Weg zur Marketing Automation

Wie etabliert man Marketing Automation im Unternehmen? Ein Best Practice Beispiel anhand des Volkswagen Generalimporteurs AMAG.

Digitalisierung und Marketing Automation sind in aller Munde. Aber was genau ist das eigentlich? Welchen Mehrwert hat ein Kunde und woraus profitiert das Unternehmen? Was wird benötigt, um einen erfolgreichen Start in die Welt der Marketing Automation zu absolvieren und wie wird ein offener Mindset bei Mitarbeitern und Geschäftsführung etabliert? Anhand der Integration bei der AMAG wird ein exemplarisches Vorgehen erörtert.

Key learnings:

- Welche Vorteile bringt Marketing Automation gegenüber bisherigen Lösungen?
- Wie integriert und etabliert man ein solches Projekt im Unternehmen?

Mittwoch 18. April 2018

Stage 2 // 11:30 - 12:15 Uhr



Tarkan Özküp
Leiter Marketing,
Credit Suisse Schweiz AG

Wie man Kindern einen verantwortungsvollen Umgang mit Geld beibringt: Die Anatomie eines Hypes

Die Credit Suisse deckt mit ihrem Angebot nahezu den ganzen Lebenszyklus ihrer Kunden ab. Im Sommer 2017 baute die Bank mit Viva Kids ihr Portfolio weiter aus. Das neue Banking-Paket für Kinder zwischen 6 und 12 Jahren dient als Mittel für Finanz-erziehung und hilft Kindern und Eltern in einer zunehmend digitalen Welt beim verantwortungsvollen Umgang mit Geld. Im Mittelpunkt des Ökosystems steht das digitale Sparkässeli «Digipigi», das in seiner Erscheinung an ein traditionelles Sparschwein

erinnert, innen aber mit den Möglichkeiten des Internet der Dinge ausgestattet ist. Viva Kids mit Digipigi ist eine der erfolgreichsten Lancierungen der Credit Suisse und löste eine Resonanz mit über 150 Beiträgen in nationalen und internationalen Medien aus.

Key learnings: Die Geschichte über eine Innovation und die Anatomie ihres Vermarktungserfolgs.

Mittwoch 18. April 2018

Stage 1 // 15:15 - 16:00 Uhr



Dr. Torsten Schwarz
Inhaber, ABSOLIT
Dr. Schwarz Consulting

Digital Marketing Benchmarks der wichtigsten Schweizer Unternehmen

- **Wer steht wo im digitalen Marketing?**
- **Search, Social und E-Mail im Vergleich**
- **Was die Rankings über Stärken und Schwächen verraten**

Alljährlich untersucht Absolit das digitale Marketing der wichtigsten Unternehmen im deutschsprachigen Raum. Anhand von 20 Einzelkriterien dokumentiert die Studie den Status quo der Digitalisierung in 12 Branchen und liefert Best Practices

(www.Top500-Studie.de). Im Vortrag werden vornehmlich exklusiv die Ergebnisse von Schweizer Unternehmen aus der 2018er-Studie präsentiert.

Key learnings: Die Studie zeigt, welche Branche vorne liegen und wo Nachholbedarf besteht.

Donnerstag 19. April 2018

Stage 1 // 11:30 - 12:15 Uhr



Cyrille Brisson
VP Marketing EMEA,
Eaton

The industrialization of Marketing: building a high-performance content engine

Eaton grew rapidly by acquisition in EMEA, and used its consolidation to build a highly structured, data-driven marketing function. It complemented a customer focused content marketing approach with a strong focus on Lean principles that improved performance. It made an early choice to show only one face to customers and consolidated its sales teams, resulting in a matrixed organization where all sales teams, focusing on one type of customer, carried the responsibility to promote multiple product lines. Adapting marketing to this new reality required a radical transformation that combined a rapid digital

fully support their multiple sales teams with a fast paced flow of targeted content and campaigns, and then to demonstrate multi-fold improvement in the efficiency and effectiveness of marketing by using systematic measurements.

Key learnings:

- How did Eaton build a digital engine capable of serving efficiently a complex matrix of offers, customers, channels and countries?
- How can established principles multiply the effectiveness of knowledge based processes?

Customer Journey Mapping

visually illustrates customers' processes, needs, perceptions throughout their interaction and relationship with an organization



18. April + 19. April 2018
15:15 – 17:00 Uhr
Auf dem MeetingPoint

ORACLE®

Workshop Customer Journey

WAS IST CX JOURNEY MAPPING?



WORKSHOP OWNER:

Hubert Schätzle, Business Development Manager
Oracle Applications Customer Experience,
Oracle Software (Schweiz) GmbH

Im Prinzip ist Journey Mapping eine Entdeckungsreise, die Organisationen hilft, Schwachstellen in der "Customer Experience" aufzudecken und die Formulierung von Lösungen unterstützt.

WORIN LIEGT DER WERT DIESES WORKSHOPS?

Im Workshop erkunden die Teilnehmer den Ansatz, Customer Experience (kurz CX) aus der Sicht ihres Kunden zu definieren.

Es wird "Hands-On" mit Hilfe des Journey Mappings die Customer Experience erarbeitet und das Resultat messbaren Ergebnissen aus Kunden- und Geschäftsvorteilen gegenübergestellt.

Lernen Sie dabei die Probleme Ihrer Kunden besser zu erkennen und erste Lösungsmöglichkeiten zu identifizieren. Erarbeiten Sie gemeinsam Schlüsselmomente, die das Markenversprechen beeinflussen und brainstormen Sie Ideen und innovative Erfahrungsmöglichkeiten, die Ihre Kunden begeistern sowie Ihr eigenes Geschäft voranbringen.

SOM MeetingPoint



Am MeetingPoint der SOM 2018 werden Informationen ausgetauscht und gemeinsam diskutiert. Damit das Gespräch in Schwung kommt, stellt erst einmal ein «Fallbringer» sein Thema in 10 Minuten kurz dar. Diese kommen aus den Gebieten:

- E-Commerce und Recht
- Online-Marketing, Social Selling, Video

Anschliessend wird der Moderator vom Fachverlag BPX die Diskussion unter den Anwesenden in Schwung bringen. Dem Fallbringer dürfen Fragen gestellt werden, aber noch wichtiger ist der Austausch mit und unter den Teilnehmern sowie dem Fallbringer.



Zum Abschluss und im Sinne der Nachhaltigkeit können die Teilnehmer kostenlos die Publikation «Digitale Anforderungen...»

Growth Hacking Bootcamp

- **Wie betreibt man effektives Online-Marketing?**
- **Warum ist Growth Hacking nicht nur Online-Marketing?**
- **Wie kann man die echten Kundenbedürfnisse herausfinden?**
- **Wie entwickelt man Produkte, die von den Kunden geliebt werden?**
- **Wie entwirft man ein umsatzmaximiertes Business-Modell?**
- **Wie findet man heraus, welche Marketing-Kanäle funktionieren und welche nicht?**



Mit Growth Hacking zu mehr Usern, mehr Kunden und mehr Umsatz: Du lernst, warum nur die richtige Growth Hacking Strategie den Unterschied ausmachen kann, ob dein Business erfolgreich wird oder eben nicht.

Hendrik Lennarz, Gründer Lennarz Consulting
19. April 2018 // 14:00 – 16:00 Uhr // Raum K6
Das Bootcamp ist im Messe-Ticket integriert.
Begrenzte Platzanzahl – First come first served

Intensiv-Seminar:

Der EU-konforme Webshop

Ausbildungskurs für Webshop-Betreiber und Webagenturen



- **Aufbau eines konformen Webshops nach CH- und EU-Recht**
- **Was ist am CH-Shop zwingend zu ändern, wenn Sie in der EU mit Konsumenten Online-Handel betreiben wollen?**
- **Wie schützen Sie sich vor Abmahnungen aus dem Ausland?**
- **Compliance-Anforderungen für CEO und Webshop-Designer**
- **Verbraucherrechte-Richtlinie, Cookies-Richtlinie und Datenschutz-Grundverordnung der EU als MUSS für CH-Shopbetreiber mit Kunden in der EU**

Teilnehmer können das erworbene Fachwissen im Anschluss an das Seminar direkt in einem Online-Test von zuhause aus prüfen. Erfolgreiche Absolventen erhalten das Zertifikat CeCC (Certified e-commerce Consultant) der auf diese Fragen spezialisierten Zuger Unternehmung e-comtrust international ag (vgl. www.shop-hilfe.ch).

19. April 2018 // 10:30 – 13:00 Uhr // Raum K6
Das Seminar ist im Messe-Ticket integriert.
Begrenzte Platzanzahl – First come first served



Referent: Lukas Fiedler



5 AdWords-Tools: So trimmen Sie Ihre AdWords- Kampagnen auf Erfolgskurs!

Google AdWords rockt! Lucia Yapi präsentiert am CampusTalk der FHNW ihre 5 Top-Tools für coole AdWords-Kampagnen. Anhand von Beispielen und Best Practice zeigt sie viele Einsatzmöglichkeiten für die Praxis. Ihr Take-away: Tools, Tipps & die ultimative AdWords-Checkliste!



Wer Google AdWords effizient umsetzen möchte, kann bei der Erstellung und Auswertung der Kampagnen diverse Tools nutzen. Lucia Yapi stellt die wichtigsten Werkzeuge am CampusTalk der FHNW vor. Sie erfahren praxisnah, wie Sie die Gratis-Tools von Google effizient und gewinnbringend einsetzen. Anschliessend steht Lucia Yapi am Stand der

FHNW für Fragen zur Verfügung. Hier bekommen Sie auch die ultimative AdWords-Checkliste.

Lucia Yapi,
Search Consultant & Trainer,
Yapi Web GmbH

Prof. Martina Dalla Vecchia,
Dozentin, Fachhochschule
Nordwestschweiz FHNW



18. April 2018 // 15:15 - 16:00 Uhr // Stage 2

Video-Storytelling: So nutzen Sie die Magie Ihrer Unternehmensgeschichte!

Video ist King! Und YouTube ist die zweitgrösste Suchmaschine! Zwei gewichtige Gründe, um Video-Storytelling in Ihren Marketing-Mix aufzunehmen. Was sich hinter Video-Storytelling verbirgt und wie Sie ihre Kunden mit Bewegtbildern noch besser erreichen, zeigt Christian Mossner im CampusTalk der FHNW.

Video-Storytelling ist für viele Unternehmen Neuland. Im Lehrgang „CAS Webtrends, Automation und Crossmedia Management“ an der FHNW zeigt Christian Mossner, wie wirkungsstark heute die Unternehmensgeschichte im Marketing-Mix eingesetzt werden kann. Die wichtigsten Erkenntnisse aus dem Kurs hat er in einem packenden Referat für Sie zusammengestellt. Nutzen Sie die Gelegenheit am CampusTalk für Ihren pragmatischen Einstieg in die neue Form der multisensorischen Mitarbeiter- und Kundenkommunikation. Mit Video-Storytelling lassen sich emotionale Unternehmensgeschichten audiovisuell über die eigene Website und soziale Medien verbreiten, und die Chance, dass ansprechend gemachte Videos viral weiterempfohlen werden, ist wesentlich grösser als im Fall von statischen Kampagnen. Der CampusTalk eignet sich speziell für Mitarbeiter von kleinen und mittelgrossen Unternehmen, die schnell und pragmatisch mit Video-Storytelling loslegen wollen. Ganz nach der Devise: „Video, fertig, los!“

Christian Mossner,
Sales Director Distribution
& Partner-Channel,
Canon Schweiz AG

Prof. Martina Dalla Vecchia,
Dozentin, Fachhochschule
Nordwestschweiz FHNW



19. April 2018 // 15:15 - 16:00 Uhr // Stage 2

PITCH & WIN!

Showcase your startup
in front of decision makers.

Zürich
19 April

- > Free pitch training for all startups on the shortlist.
- > Pitch in front of potential customers and land your deal.
- > Free SOM18 tickets for all participants.

Expert



Mike Schwede

Moderation



Angela Zellweger

Jury



Thomas Truttmann
Compass Group
Switzerland



Andreas Widmer
Founder
Westhive
Coworking



Tarkan Özküp
Credit Suisse
(Schweiz) AG

WIN:

- 1 Year HelloNina BIZ Accounting for free (CHF 3'000.-)
- 1 x HelloNina Expert Workshop (CHF 1'500.-)
- 6 x 1 Year free HelloNina: HELP! (6 x CHF 300.-)



Lieblingsjob & Fachkollegen im E-Commerce-Bereich finden!



www.E-Comm-Jobs.ch

Lieblingsjob & Fachkollegen im Online-Marketing-Bereich finden!

online-
marketing-
JOBS.ch



Next Generation PIM/MDM – mehr Produkte, höhere Produktdatenqualität, Kontext, Realtime, Intelligence

Michael Steinfurt, Consulting und Operations, CONTENTSERV AG

10:00 - 10:30 Uhr



ePrivacy – Auswirkungen für die Schweizer Werbewirtschaft

Lukas Bühlmann, Rechtsanwalt & Head Digital, Data Privacy & E-Commerce, Meyerlustenberger Lachenal AG Zürich

Präsentiert von:
Schweizer Dialogmarketing Verband

11:30 - 12:15 Uhr



Die Marketing Automation in 10 Projektschritten

Prof. Dr. Marc K. Peter, Leiter Zentrum für Digitale Transformation und Marketing, FHNW Hochschule für Wirtschaft

12:25 - 12:55 Uhr



SEO und AdWords:
Was zusammengehört,
soll man nicht trennen

Beat Z'graggen, Geschäftsführer, Worldsites GmbH

13:05 - 13:35 Uhr



7 Faktoren für eine erfolgreiche Marketing Automation-Einführung

Laurentius Malter, Competence Center Leiter, b.telligent Schweiz GmbH

13:45 - 14:15 Uhr



Wie man Kindern einen verantwortungsvollen Umgang mit Geld beibringt:
Die Anatomie eines Hypes

Tarkan Özküp, Leiter Marketing, Credit Suisse Schweiz AG

15:15 - 16:00 Uhr



Digital Innovations and Technologies for a Smarter Marketing World

Luisella Giani, Business Innovation and Digital Director EMEA, Oracle

16:10 - 16:40 Uhr

Innovatives Marketing mit interaktiven Games

(Workshop powered by SGDA)

16:50 - 17:20 Uhr



Payment lässt Online und Offline verschmelzen

Yves Lochmüller, Key Account Manager, Concardis GmbH

09:20 - 09:50 Uhr



GDPR – Überleben im digitalen Dschungel

Marcus Kosak, Country Manager Switzerland, Siteimprove GmbH

10:00 - 10:30 Uhr



Erfolgreich auf dem Weg zur Marketing Automation

Remo Girard, Teamleader Digital Business Projects, AMAG Import AG

11:30 - 12:15 Uhr



Zurück zum Menschen: Wie wir den Einzelnen wieder in den Mittelpunkt der digitalen Kommunikation stellen können.

Nikolaus von Graeve, Geschäftsführer, rabbit eMarketing GmbH

12:25 - 12:55 Uhr



Jetzt in die Marketing-Cloud investieren: wir zeigen, was es bringt und wie es geht

Imke Tietjen, Teamleiterin, netnomics GmbH



Marc-Oliver Holzapfel, Senior Solution Consultant, netnomics GmbH

13:05 - 13:35 Uhr



E-Commerce-Trends 2018 – Wo und wie Sie Ihre Kunden erreichen und was diese von Ihnen erwarten

Urs Krucker, Head of Strategy, Y&R Group Switzerland



Jonathan Fearn, Head of Business Development, Futurecom

13:45 - 14:15 Uhr



5 AdWords-Tools:
So trimmen Sie Ihre AdWords-Kampagnen auf Erfolgskurs!

Lucia Yapi, Search Consultant & Trainer, Yapi Web GmbH



Prof. Martina Dalla Vecchia, Dozentin, Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW Hochschule für Wirtschaft

15:15 - 16:00 Uhr



User Experience 4.0 – Kunden kaufen heute anders!

Andreas E. Nabicht, Leiter Beratung & Vertrieb, FINDOLOGIC GmbH

16:10 - 16:40 Uhr



Podiumsinterview mit Steven Epprecht: Wie Influencer-Marketing wirklich funktioniert



Mit eigenem Snack Content, User Content und Influencer zu mehr Engagement, Konversion und Kunden

Mike Schwede, Unternehmer,
Mike Schwede GmbH
10:00 - 10:30 Uhr



Digital Marketing Benchmarks der wichtigsten Schweizer Unternehmen

Dr. Torsten Schwarz, Inhaber,
ABSOLIT Dr. Schwarz Consulting
11:30 - 12:15 Uhr



IT als Basis der Digitalen Transformation – Im Spannungsfeld zwischen Kulturwandel und Business-Anforderungen

Frederik Thomas, CIO,
Frederik Thomas
12:25 - 12:55 Uhr



Storytelling 2.0 – Wie Brands mit Influencern neue Wege gehen

Tanja Herrmann, Geschäftsführerin,
WebStages GmbH
13:05 - 13:35 Uhr



Wie wir kreativ Kundenverhalten analysieren, testen und die Erwartungen übertreffen

Joachim Weissenberger, Senior Business Development Director, Lionbridge

Joël Puznava, Business Unit Manager, Riverland Reply

Markus Steinbach, COO, Silbury
13:45 - 14:15 Uhr



The industrialization of Marketing: building a high-performance content engine

Cyrille Brisson, VP Marketing EMEA,
Eaton
15:15 - 16:00 Uhr



The Next Big Thing: Empathisches CRM in neuen Kundenbeziehungen



App Marketing: So funktioniert eine starke mobile Kundenkommunikation im Zeitalter des Smartphone

Timo Schamber, Director Enterprise Business Development, Shoppate GmbH
10:00 - 10:30 Uhr



What the F**K is Growth Hacking?

Hendrik Lennarz, Founder, Lennarz Consulting
12:25 - 12:55 Uhr

Vortrag präsentiert von:
Institut für Jungunternehmen AG
in Zusammenarbeit mit Swisscom

13:05 - 13:35 Uhr



The Pitch – so gelingt die digitale Transformation!

Alexander Disler, Dozent, BPX Fachverlag
13:45 - 14:15 Uhr



Video-Storytelling:
So nutzen Sie die Magie Ihrer Unternehmensgeschichte!

Christian Mossner, Manager Center of Excellence, Canon (Schweiz) AG



Prof. Martina Dalla Vecchia, Dozentin für E-Commerce, Digital Marketing und Social Media, Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW Hochschule für Wirtschaft
15:15 - 16:00 Uhr



Stellen Sie sich Ihr persönliches Messeprogramm zusammen!



Das gesamte Programm finden Sie auf unserer Webseite:

www.som-expo.ch/rahmenprogramm

IMPRESSUM

ViSdP für Messespecial und Veranstalter:
boerding messe AG
8835 Feusisberg
Switzerland

Kontakt und Infos:
Dwayne Winnikes
Tel.: +41 22 733 96 64
d.winnikes@boerding.com

www.som-expo.ch

Projektverantwortung:
Ilka Helbig
Projektleitung
Tel.: +41 22 733 17 59

Layout: leporella-grafik.de

Wir weisen darauf hin, dass die namentlich



Fachbeirat SOM

Jörg Bewersdorff
CEO
Wirz Wietlisbach Dialog AG



WIRZ Wietlisbach Dialog

Seraina Mohr
Leiterin Competence
Center/Online-Kommunikation
Hochschule Luzern



Lucerne University of
Applied Sciences and Arts
**HOCHSCHULE
LUZERN**
Wirtschaft
FH Zentralschweiz

Prof. Martina Dalla Vecchia
Dozentin für E-Commerce,
Online-Marketing & Social Media
Fachhochschule Nordwest-
schweiz Hochschule für
Wirtschaft



n|w
Fachhochschule
Nordwestschweiz

Alexander Petsch
Geschäftsführer
börding Messe AG



**börding
messe**

Luzia Hafen
Senior Experience Consultant
Stimmt AG



stimmt

Catrin Rubenson
Coach und Consultant
Vorstandsmitglied IAB Schweiz;
Vorstandsmitglied
Digital Golf Trophy



catrinrubenson.com
Coaching & Consulting

Daniel Hünebeck
Senior Digital Marketing
Strategist, Freelancer, Berater,
Speaker & Dozent
Daniel Hünebeck Digital GmbH



CHD Daniel Hünebeck Digital
Marketingbuilding

Hubert Schätzle
Business Development Manager
Oracle Applications Customer
Experience
Oracle Software (Schweiz) GmbH



ORACLE

Dr. Michael Klaas
Dozent für digitales Marketing
ZHAW School of Management
and Law



zhaw
School of
Management and Law

Heinz Schopfer
Verbandsmanager
SDV Schweizer
Dialogmarketing Verband



SDV
Schweizer Dialogmarketing Verband