



Kongress-Highlight im September: Nationale Einzelhändler treffen sich auf dem Local Advertising Congress in Dresden

Kongress-Highlight im September: Nationale Einzelhändler treffen sich auf dem Local Advertising Congress in Dresden
Dresden - Zahlreiche Entscheider des nationalen Einzelhandels und Online-Marketing-Spezialisten treffen sich am 20. September in Dresden zum ersten Local Advertising Congress. Neben Referenten von Google, DeTeMedien oder Facebook-Spezialist Thomas Hutter haben sich jetzt auch weitere einschlägige Experten angekündigt. Die Veranstaltung stellt den lokalen Handel und seine Chancen in den digitalen Medien in den Mittelpunkt. Ziel ist es, den Gästen konkrete Handlungstipps für ihren Auftritt in Web und Mobile mitzugeben. Neu dabei als Referent ist Stephan Zentsch, Online-Marketing-Leiter vom Lebensmittelhändler real. In seinem Vortrag repräsentiert er die Sicht des Handels: Er stellt die Ergebnisse eines zweimonatigen Praxistests vor, beruhend auf dem Media Efficiency Panel der GfK. Gemessen wurden die Auswirkungen von Online-Prospekten auf Konsumenten. Dass Location der Schlüssel zu Context ist, glaubt Henrik Liebscher. Der Berater für Location Based Marketing spricht über nicht genutzte Potentiale des Local Advertising und zeigt auf, wie die Zielgruppe künftig idealerweise im richtigen Moment, am richtigen Ort, zur richtigen Zeit, in der richtigen Lebenslage und Stimmung erreicht werden könnte. Außerdem stehen Themen rund um regionales SEO und SEM, mobile Apps, Couponing als Trackinginstrument bis zum Point of Sale, Facebook-Marketing für lokale Unternehmen oder die richtige Nutzung von Google Products auf dem Programm. Der Kongress, der in diesem Jahr zum ersten Mal stattfindet, versteht sich als Weiterbildungsveranstaltung. "Wir haben in der Zusammenarbeit mit unseren Handelskunden bemerkt, dass die Händler um die Potentiale des digitalen Wandels wissen, aber häufig Bedarf an praxisrelevantem Know-how für die Umsetzung da ist", erklärt Jan Großmann, Geschäftsführer von Marktjagd. Genau an dieser Stelle soll der Local Advertising Congress ansetzen. Mehr Informationen zum Local Advertising Congress am 20. September 2012 in der sächsischen Landeshauptstadt Dresden und zur Pre-Congress-Party am 19. September 2012 erhalten Sie auf www.blog.marktjagd.de/kongress. Bildmaterial finden Sie unter www.blog.marktjagd.de/presse/downloads
Über Marktjagd
Marktjagd ist Deutschlands Angebots- und Informationsportal zum Finden lokaler Geschäfte und zum Stöbern in Produkten, Prospekten und Coupons. Händler erhalten mit Marktjagd regionalisiertes Multi-Channel-Marketing aus einer Hand. Über namhafte und innovative Werbekanäle werden alle werberelevanten Botschaften standortgenau publiziert - das heißt: online, mobil, über Facebook und Smart TV. Verbraucher können so gezielt in den Angeboten der Händler in ihrer Nähe suchen und in den Prospekten stöbern. Die klassische Einzelhandelswerbung wird damit zur nützlichen Information für den Kunden. Denn lokales Shopping heißt heutzutage: Online suchen, offline kaufen! Betrieben wird Marktjagd von der Marktjagd GmbH. Das Unternehmen mit Sitz in Dresden wurde von Jan Großmann und Thomas Harzer 2008 gegründet. Seit 2010 sind namhafte Verzeichnisverlage an Marktjagd beteiligt. Derzeit sind auf Marktjagd über 150.000 Standorte deutscher Einzelhändler gelistet.

Pressekontakt

Presse-

01099 Dresden

beatrice.bruelke@marktjagd.de

Firmenkontakt

Marktjagd

01099 Dresden

beatrice.bruelke@marktjagd.de

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage