marconomy
# ROADMAP

# Mit marconomy das ganze Jahr im Markt präsent

www.marconomy.de

**Ihre marconomy Planung 2015**

| | JAN | | | | | FEB | | | | MÄZ | | | | APRIL | | | | MAI | | | | | JUNI | | | | JULI | | | | AUG | | | | SEPT | | | | OKT | | | | NOV | | | | DEZ | | | | JAN |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Kalenderwochen (KW)** | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 | 33 | 34 | 35 | 36 | 37 | 38 | 39 | 40 | 41 | 42 | 43 | 44 | 45 | 46 | 47 | 48 | 49 | 50 | 51 | 52 | 01 |
| **LEAD MANAGEMENT SUMMIT** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Bewerbung und Berichterstattung im Vorfeld | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Nachberichterstattung über die Veranstaltung | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **B2B MARKETING KONGRESS** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Bewerbung und Berichterstattung im Vorfeld | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Nachberichterstattung über die Veranstaltung | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **MARKENKONFERENZ B2B** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Bewerbung und Berichterstattung im Vorfeld | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Nachberichterstattung über die Veranstaltung | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **B2B LOYALTY SUMMIT** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Bewerbung und Berichterstattung im Vorfeld | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Nachberichterstattung über die Veranstaltung | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PARTNERPROFIL** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ganzjährige Präsenz, durch eigene Steuerung | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Stand: Nov. 2014
10319

## LEAD marconomy MANAGEMENT SUMMIT

23./24. April 2015 | VCC, Würzburg

**www.leadmangementsummit.com/de**

**Trends und Perspektiven im B2B-Dialogmarketing**
Kunden wollen zum passenden Zeitpunkt relevant informiert und abgeholt werden - das ist jedem klar und sicher die Königsdisziplin. Die Frage ist nur: Wie schaffen Sie das? Der Lead Management Summit hilft diese Frage zu beantworten!

**Grundkonzept**
- Jährliche Veranstaltung, im März/April
- Kongress mit Praxisvorträgen von Anwendern am 1. Tag, ca. 150-200 Teilnehmer
- Parallele Vertiefungsseminare der Software-Hersteller/ Dienstleister am 2. Tag, ca. 4 x 25 Teilnehmer

**Themen**
- Lead Generierung
- Lead Management
- Marketing Automation
- Inbound Marketing
- Revenue Performance Management
- CRM-Integration

**Zielgruppe**
- Marketingleiter
- Marketingspezialisten
- Kommunikationsspezialisten
- Projektbeauftragte (Marketing Automation)
- Vertriebsleiter
- Geschäftsführer
- Unternehmensentwickler

**Das Programmkomitee**
Es sichert die inhaltliche Qualität der Vorträge und Workshops. Besonderes Augenmerk liegt 2015 auf dem Praxisbezug und der Darstellung der kompletten Prozesskette.

**Veranstaltungspartner**
Dienstleister aus den Bereichen Marketing Automation, CRM, Database Management, E-Mail-Marketing …

**Partnermodelle & Preise**

| | |
|---|---|
| **Vertiefungsseminar** | **9.990 €** |
| **Themen-Partner** | **6.990 €** |
| **Ausstellung** | **2.490 €** |

Detaillierte Informationen zu den Partnermodellen finden Sie unter
**www.marconomy.de/media/leadmanagement**

## marconomy B2B MARKETING KONGRESS

13./14. Oktober 2015 | VCC, Würzburg

**www.b2bmarketingkongress.de**

**Digitalisierung?! Treiber und Getriebene**
**Chancen und Herausforderungen der digitalen Business Transformation.**
Als größtes B2B-Marketing-Event im deutschsprachigen Raum, informiert der Kongress über aktuelle Trends und Themen für B2B-Marketer.

**Grundkonzept**
- Jährliche Veranstaltung, im Oktober in Würzburg
- Kongress mit begleitender Ausstellung und Abendveranstaltung
- Ca. 300 Teilnehmer

**Themen**
- Die Prozesse für die Digitalisierung effizient gestalten
- Die Veränderung durch die Digitalisierung wirksam steuern
- Digitalisierung in der Marktkommunikation erfolgreich umsetzen
- Differenzierung durch die Digitalisierung kreativ planen

**Zielgruppe**
- Geschäftsführer
- Unternehmensentwickler
- Marketing-Experten
- Online-Marketing Manager
- Kommunikations- und PR-Manager
- B2B-Agenturen

**Programmkriterien**
- Ihr Vortrag orientiert sich an der thematischen Ausrichtung des Kongresses
- Abstimmung und Platzierung Ihres Vortrags mit dem Eventmanager
- jede Einreichung wird von einem Programmgremium auf Qualität und Praxisrelevanz geprüft
- keine werblichen Inhalte gewünscht

**Veranstaltungspartner**
Dienstleister aus allen Bereichen der Kommunikationsbranche

**Partnermodelle & Preise**

| | |
|---|---|
| **Vertiefungsseminar/Workshop** | **9.990 €** |
| **Anwendervortrag Ihres Kunden im Plenum** | **9.990 €** |
| **Anwendervortrag Ihres Kunden in einer Fachsession** | **7.490 €** |
| **Impulsvortrag mit Matchmaking** | **3.990 €** |

**marconomy Expo**

| | |
|---|---|
| **Ausstellung 12 qm** | **4.490 €** |
| **Ausstellung 8 qm** | **2.990 €** |
| **Ausstellung 4 qm** | **1.990 €** |

Detaillierte Informationen zu den Partnermodellen finden Sie unter
**www.marconomy.de/media/b2bmarketing**

## marconomy MARKEN KONFERENZ B2B

17. November 2015 | VCC, Würzburg

**www.markenkonferenz.de**

**Marke ist Chefsache!**
**Die B2B-Marke als Managementinstrument**
Der Erfolg von Industrieunternehmen und B2B-Dienstleistern hängt maßgeblich von einer konsequenten Markenführung nach innen und außen ab. Dabei gilt: Führung ist Chefsache, auch und gerade bei B2B-Marken!

**Grundkonzept**
- Jährliche Veranstaltung im November in Würzburg
- Vorabendveranstaltung mit Referenten und Teilnehmern
- 150+ Teilnehmer

**Zielgruppe**
- Geschäftsführer
- Marketingleiter
- Brand-Manager
- Unternehmensentwickler
- B2B-Agenturen

**Veranstaltungsteilnehmer**
Geschäftsführer, Führungskräfte und Experten aus Markenführung, Corporate Communications, Marketing und Vertrieb

**Veranstaltungspartner**
Dienstleister aus dem Bereich Markenentwicklung, -beratung und -führung

**Partnermodelle & Preise**

| | |
|---|---|
| **Premiumpartner** | **10.000 €** |

Detaillierte Informationen zu den Partnermodellen finden Sie unter
**www.marconomy.de/media/marke**

## marconomy B2B LOYALTY SUMMIT

3./4. Dezember 2015 | VCC, Würzburg

**www.loyaltysummit.de**

**Marken brauchen Stammkunden!**
Heutzutage ist es immer schwieriger sich über Produkte und Leistungen vom Wettbewerb zu differenzieren. Lernen Sie, wie Sie mit überzeugender Kundenbindung Emotionen schaffen und sich zugleich vom Wettbewerb abheben können.

**Grundkonzept**
- Jährliche Veranstaltung, im Dezember in Würzburg
- Kongress mit Praxisvorträgen von Anwendern am 1. Tag, ca. 100 Teilnehmer
- Parallele Seminare der Hersteller am 2. Tag, ca. 3 x 25 Teilnehmer
- ca. 100 Teilnehmer: Agenturen und Dienstleister sind als Teilnehmer ausgeschlossen

**Themen**
- Strategische Umsetzung von Kunden- und Mitarbeiterloyalisierung
- Kommunikation
- Belohnungsmanagement/Mehrwertsystem
- Techniken & Softwareprodukte um Loyalisierung zu realisieren
- CRM als unverzichtbarer Bestandteil der optimalen Kundenansprache

**Zielgruppe**
- Vertriebsleiter, Verkaufsleiter
- Marketingleiter

**Programmkriterien**
- Inhalte werden vom Programmgremium geprüft
- keine werblichen Inhalte erwünscht

**Veranstaltungspartner**
Unternehmen aus den Bereichen Kundenbindung, Belohnungsmanagement, Mehrwertsystemen, Kundendialog ...

**Partnermodelle & Preise**

| | |
|---|---|
| **Platin-Partner** | **19.990 €** |
| **Gold-Partner** | **9.990 €** |
| **Silber-Partner** | **6.990 €** |
| **Bronze-Partner** | **3.990 €** |

Detaillierte Informationen zu den Partnermodellen finden Sie unter
**www.marconomy.de/media/loyalty**

## marconomy BASIS-PAKET

Über das ganze Jahr hinweg

**Ihre ganzjährige Marktpräsenz**
Unser Basis-Paket sichert Ihnen mit den Produkten „Partnerprofil“, „Fallbeispiel“ und „Anzeige/Banner“ eine ganzjährige Präsenz bei marconomy.

**Partnerprofil**
Über Ihr Partnerprofil können Sie Nachrichten publizieren, Bilder/ Videos posten, Produkte kommunizieren, Veranstaltungen, bewerben, Downloads anbieten und es direkt mit Ihren Social Media Kanälen und Ihrer Homepage verknüpfen. Das besondere dabei ist die hinter dem marconomy Portal liegende Technologie mit der Suchmaschine „Autonomy“. Diese matcht Ihre Inhalte mit dem relevanten Content auf marconomy. Bei allen passenden redaktionellen Artikeln, Videos, Whitepapern, Suchanfragen etc. wird Ihr Partnerprofil als „Partner zum Thema“ zugeordnet.

**Einzelpreis für 1 Jahr Laufzeit** **1.895,- €**

**Fallbeispiel**
Fallbeispiele sind gute Mittel erfolgreiche Projekte mit Einverständnis und Unterstützung Ihres Kunden vorzustellen. Das Ziel ist, eine glaubwürdige Referenz zu erarbeiten, um anderen potenziellen Kunden zu zeigen, wie sie bei einer Zusammenarbeit mit Ihnen profitieren können. Dabei unterstützen wir Sie als Ihre externe PR-Abteilung. Die inhaltliche Steuerung bleibt bei Ihnen, wir übernehmen die redaktionelle Aufbereitung, die grafische Gestaltung und die Distribution des Fallbeispiels über unser Reichweiten-starkes Portal.

**Einzelpreis für 4 Seiten Fallbeispiel** **3.990,- €**

**Alle Leistungen im Basis-Paket für nur 4.990,- €**

Detaillierte Informationen zu den Partnermodellen finden Sie unter
**www.marconomy.de/media/basis-paket**