

Wien öffnet: Mit den achten Mobile Marketing Innovation Days wird Wien zum Innovation Hub BILD

ID: LCG19085 | 18.03.2019 | Kunde: Mobile Marketing Innovation Days | Ressort: Chronik Österreich | Medieninformation

In nur einer Woche, genau am 28. und 29. März 2019, laden Josef Mantl und Daniel Bessler von JMC nationale und internationale Top-Speaker aus der Digitalbranche für zwei Tage nach Wien.

Bilder zur Meldung auf <http://presse.leisuregroup.at/mmids/2018>

Wien (LCG) – Die Digitalisierung ist in aller Munde und verändert unser Leben ständig und nachhaltig. In einer Woche, am 28. und 29. März 2019, gehen die Mobile Marketing Innovation Days, die größte Fachkonferenz für Mobile & Digital Marketing, im Studio 44 in ihrer achten Auflage über die Bühne. Auch heuer bieten die MMIDays wieder geballtes Programm an zwei Tagen mit Insights von namhaften Brands wie Facebook, Google, McDonald's, Bayer, BBC News, Sky Austria, Mastercard, Zalando, The Ventury, Viber, Siemens oder N26 und vielen mehr. Neben Keynotes, Panels und Talks können die Fachkonferenz-TeilnehmerInnen ihr erlangtes Wissen in praxisnahen Masterclasses von Facebook, Google, Instagram, Goldbach Austria und der Österreichischen Post vertiefen.

„2019 ist das große Jahr der Veränderungen und dieses Jahr bieten wir unseren TeilnehmerInnen noch mehr Top-Speaker, noch mehr Masterclasses und das in einer noch nie dagewesenen Multisession-Experience. Die achte Auflage der MMIDays wird Wien zum Digital Hotspot machen und die TeilnehmerInnen noch lange danach begeistern. So viele Top Speaker und so viel Fachwissen hatten wir noch nie auf einer Fachkonferenz vereint“, freuen sich **Josef Mantl** und **Daniel Bessler** auf die bevorstehende Veranstaltung.

Inspirierende Keynotes rund um Digi-Trends am ersten Tag der MMIDays

Account Strategist **Patricia Bergler** von Facebook wird erläutern, wie Unternehmen mit der Social Media Plattform ganz einfach über ihre Landesgrenzen hinauswachsen können. **Tara Bichler**, zuständig für Professional Communications, wird über McDonald's sehr erfolgreiche Mobile Only Social Media Strategie und wie das Unternehmen den größten Kundenclub aufgebaut hat sprechen. Von BBC News Editor **Nathalie Malinarich** erfahren die Teilnehmer mit welchen Storytelling-Techniken und welchen Plattformen sie im Zeitalter von Medien- und Channelüberflutung noch zu ihrer Audience durchdringen können.

Die Google Experten **Jannika Bock** und **Timo Seewald** gehen auf Mobile als wichtigsten Kanal für Shopping, Conversions sowie Branding und Performance Ziele ein. Communications Manager **Anna Meyfarth** von Zalando zeigt anhand von Best Cases, wie Influencer Marketing in den Marketing Mix integriert werden kann. **Adrian Zettl-Singh** von TheVentury erklärt wie Growth Hacking Unternehmen effektive Wachstumsstrategien rund um Marketing, Produktdesign und Datenanalyse ermöglicht.

Unternehmen stellen Neuheiten bei aufregenden Pitches vor

Bei den Pitches wird Sales Manager **Reinhard Ochsenhofer** von Bayer über innovative Ideen aus Österreich sprechen und wie diese am besten vermarktet werden. Sky Austria Vice President **Michael Radelsberger** wird die TeilnehmerInnen von Sky X, dem neuen Streaming Produkt für die Generation Mobile begeistern, hier wird Best of Free-TV und Sky in einer App vereint und kann auf allen Devices ohne Receiver und ohne Bindung, nur mit Internetzugang, gestreamt werden. Gleich im Anschluss wird beim Panel mit den Medienunternehmen BBC News, ORF und Sky Austria über die Zukunft des Fernsehens und das veränderte Sehverhalten diskutiert.

Bei Panels werden aktuelle Themen in der Tiefe diskutiert

Beim Panel zu Mobile Commerce Trends 2019 werden **Julia Faesser** von Mastercard und **Timo Seewald** von Google darüber sprechen, wie Unternehmen trotz der Challenges wie Augmented Reality und Omni-Channel Experiences zu einem erfolgreichen Kaufabschluss kommen. Beim Panel über Influencer Marketing wird mit Influencern wie **Marie Curie, Paula Timofte, DJ Mosaken** und **Gerid Rux** diskutiert wie sinnvoll der Impact von Influencern für Unternehmen und Agenturen ist und wie die Branche in Zukunft damit umgehen wird.

Startups im Rampenlicht

Beim Startup Spotlight bekommen ausgewählte Startups wie Snorefree, twinstar, Impactory, getHUNGRY, Kindi oder Labs.ai und viele mehr die Chance, ihre kreativen Ideen im Rahmen der MMIDs zu pitchten. Die Gewinner werden durch ein Publikums-Voting und eine Jury bestimmt.

Insights und Wissen von Experten bei den Masterclasses

Bei den Masterclasses am ersten Tag werden Insights zu Growth Hacking im Detail und anhand von Erfolgsbeispielen, Vorlagen, Tipps und Tricks vertieft. Bei den Facebook Masterclasses werden die besten Targetingmöglichkeiten, um Ad Performance zu steigern, im Detail erläutert, sowie Instagram Best Practices anhand von Advertising Tools und Funktionen, die die App zu bieten hat,

erklärt. Bei Creative Best Practices wird auf Werbeanzeigengestaltung auf Facebook und Instagram eingegangen und bei Measurement und Testing werden die passenden Tools zur Analyse dieser Ads vorgestellt.

Hannah Ableidinger von der Österreichischen Post AG teilt in der Masterclass zu Location Based Marketing Einblicke wie Unternehmen die Interaktion mit ihren potentiellen Kunden überall aktivieren können und welche Werbemittel sich hierfür am besten eignen. Bei der Google Masterclass wird Wissen geteilt wie Unternehmen durch smarte Algorithmen und die richtige Datenbereitstellung die Zielgruppe mit Google Ad Kampagnen besser erreichen und ihre Sales erhöhen können. Bei der abschließenden Design und Branding Masterclass des ersten Tages wird den TeilnehmerInnen noch vermittelt wie innovative Technologien und Design Tools den digitalen Alltag erleichtern können.

Austausch im All-Inclusive-Setting

Marketing-und Innovationsbegeisterte werden bei den Mobile Marketing Innovation Days voll auf ihre Kosten kommen. Die High-Potential-Topics 2019 werden 360-Grad-Marketing, Artificial Intelligence, Assistance, Augmented Reality, Big Data, Blockchain, Chatbots,, Connected Cars, Cyber Security, E-Mobility, Influencer Marketing, Internet of Things, Location Based Services, NFC, Mobile Payment, Mobile Advertising, Shopping, Smart Cities, Social Media und Total Connectivity sein. In den Pausen können sich die TeilnehmerInnen mit Speakern und anderen Teilnehmern austauschen und vernetzen. Beim anschließenden Networking-Cocktail klingt der Konferenz-Tag im entspannten Ambiente aus.

Medien-Akkreditierung

VertreterInnen der Medien, die im Rahmen einer redaktionellen Berichterstattung die Mobile Marketing Innovation Days besuchen möchten, können sich mit dem Code PRESSMMID19 auf <http://mmid.at> akkreditieren.

Schnell online noch letzte Tickets sichern

Ein paar Resttickets für die Mobile Marketing Innovation Days sind für Studenten um 79 Euro, für Startups um 199 Euro sowie Classic um 399 Euro, als Vierer-Gruppenticket um 299 Euro pro Ticket sowie als Executive Package mit VIP Dinner um 699 Euro erhältlich.

Weitere Informationen zur Veranstaltung, dem Programm, den Speakern sowie zum Ticketing gibt es auf <http://www.mobilemarketinginnovationday.at>.

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich auf <http://www.leisure.at>. (Schluss)