



20./21. Nov. 2024

#Strategiegipfel

B2B Marketing & E-Commerce

Multi-Touchpoint-Strategien

Nachhaltigkeit im E-Commerce

Personalisierung und Kundenbindung

Produkt- & Kundendatenmanagement

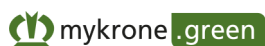
Digitale Lead-Generierung

Data Driven Business

Mit spannenden Case Studies aus Unternehmen wie:



Wacker Neuson
Group



ottobock.



project
networks

Mit Unterstützung von:



Wir bringen Entscheider zusammen.



20./21. November 2024



Hotel Palace Berlin



Networking Dinner am ersten
Veranstaltungsabend im ARTLOFT.BERLIN

Die Herausforderungen im B2B-Digitalgeschäft, insbesondere im Digital Marketing und im E-Commerce, sind so vielfältig wie entscheidend für den Erfolg. Neben der digitalen Customer Journey stehen Themen wie Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Fachkräftemangel im Fokus. Die steigenden Anforderungen an den Umgang mit Kundendaten erfordern zudem verstärkte Aufmerksamkeit, insbesondere vor dem Hintergrund neuer Rahmenbedingungen und Regulierungen.

Für B2B-Unternehmen bedeutet dies, die Transformation noch schneller voranzutreiben und eine digital-first-Strategie zu verfolgen. Silos werden aufgelöst, und Customer Centricity wird zur obersten Priorität.

Multichannel-Kommunikation und die personalisierte Ausspielung von Inhalten über die richtigen Kanäle sind dabei zentrale Herausforderungen, denen sich Unternehmen stellen müssen, um wettbewerbsfähig zu bleiben und die Erwartungen ihrer B2B-Kunden zu erfüllen.

KI rückt dabei immer mehr in den Fokus und bietet zunehmend Potentiale, Prozesse zu optimieren und neue Revenue-Streams zu erschließen.

Nutzen Sie die Möglichkeit, aus zahlreichen Case Studies wertvollen Input für das eigene Business mitzunehmen und Ihr Netzwerk mit anderen Marketing- und E-Business-Praktikern auszubauen!



Zielgruppe
Leiter/Geschäftsführer
Marketing/ CMO
Leiter E-Business/ Digital
Business
Leiter E-Commerce
Leiter Digital Sales
Leiter Digital Marketing

Moderation:



Susanne Trautmann
Innovation Growth Strategist
Marketing Canvas



Andreas Hart
E-Commerce & Customer Experience
Expert



ANMELDUNG

[project-networks.com/events/strategieipfel-b2b-marketing-e-commerce/
registration/](https://project-networks.com/events/strategieipfel-b2b-marketing-e-commerce/registration/)



TAG 1 | 20. November 2024

- 08.00 Registrierung
- 08.30 Eröffnung der Veranstaltung durch die Vorsitzenden

08.40-09.40 **Podiumsdiskussion**

Was brauchen wir für die Customer Journey von morgen?

Susanne Trautmann
Innovation Growth Strategist, Marketing Canvas
Andreas Hart
E-Commerce & Customer Experience Expert
Petra Dietrich
Leitung Marketing, Trumpf Werkzeugmaschinen



BEST PRACTICE VORTRÄGE *

- 09.45-10.15 **STREAM 1**
Digitale Produkte entlang der Customer Journey
Björn Kingal, Teamleiter & Product Owner, mykrone.green E-Commerce

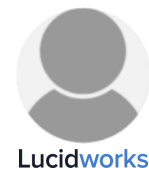


STREAM 2
Seamless Customer Experience: Erfolgsfaktoren und Herausforderungen bei der Neugestaltung digitaler Angebote
Jana Goedicke, Head of Communications/Digital Marketing, BASF SE



- 10.15-10.30 Kaffee- & Teepause

- 10.30-11.00 **STREAM 1**
A step-by-step guide to create and deliver AI-powered, customer centric experiences
TBA, Lucidworks



STREAM 2
Bessere Messbarkeit des Marketing - Mit Marketingkennzahlen Erfolge/Misserfolge zeigen
Mareike Kandziora, Head of Strategy & Marketing, Horiba Europe



- 11.05-11.35 **STREAM 1**
Personalisierung & Kundenbindung im E-Commerce
Jens Hegenberger, Head of Group eBusiness, Wacker Neuson SE





Fortsetzung Tag 1

STREAM 2
Verwandelt eure digitalen Erfahrungen mit dem richtigen Content Management System und KI

Volker John, Senior GTM Lead, Adobe



11.40-
12.40

Networking Sessions

Gespräche mit Fachkollegen und unseren Partnern.

12.40-
13.40

Mittagspause

BEST PRACTICE VORTRÄGE



13.40-
14.10

STREAM 1
Entwicklung einer vertriebsorientierten B2B Digitalstrategie bei der SATA

Stefan Schempp, Leiter Digital Business, SATA GmbH & Co. KG



STREAM 2
Marketing Move: Vom Cost Center zum Profit Center

Dirk Wunder, Vice President Corporate Marketing, Hans Turck GmbH & Co. KG



14.15-
15.45

Networking Sessions

BEST PRACTICE VORTRÄGE



15.50-
16.20

STREAM 1
PIM reloaded - same same, but different

Michael Ochtrop, Principal Consultant, communicode & **Stefan Höser**, Lead Product Owner Global E-Commerce, Hans Turck GmbH & Co. KG



STREAM 2
Leadgenerierungs-Strategien und Management mit einem Ziel von knapp 2000 Leads pro Quartal

Angela Müller-Schönberg, Head of Marketing & Business Development, iomoto





Fortsetzung Tag 1



16.25-
17.55

Networking Sessions

BEST PRACTICE VORTRÄGE



18.00-
18.30

STREAM 1
It's a Match. Der BOMAG Parts Webshop powered by Intershop.

Alex Körbs, Director Strategic Accounts, Intershop & TBA, BOMAG



intershop



STREAM 2
Mehr Effizienz und Wirksamkeit mit dem Framework für integrierte B2B Marketingkampagnen

Ida Mariotti, Marketing Manager E-Mobility, Pfalzwerke AG



PFALZWERKE



18.30-
19.00

STREAM 1
Vom Offline-Handel zur digitalen Erfolgsstrategie: Wie die Einführung von E-Commerce, PIM & CRM den Weg zur digitalen Transformation ebnete – Lessons Learned aus der Praxis

Ramin Movahed-Schwarz, Head of Digital Hub & E-Commerce, Wein Wolf GmbH



WEIN WOLF GRUPPE

STREAM 2
Stop buzz-wording and change the rules of the game!

Sabrina Colantoni, Group Brand Director & **Anne Hunecke**, Brand Activation Manager, REHAU



REHAU



REHAU



19.30

ABFAHRT ZUM NETWORKING DINNER

PARTNER





TAG 2 | 21. November 2024

07.00-07.30 **Yoga mit Petra**
Petra Dietrich, Trumpf Werkzeugmaschinen



08.30 Eröffnung des zweiten Veranstaltungstages

08.40-09.40 **Impulsvorträge und Roundtable**

Roundtable 1
Personalisierung im B2B E-Commerce: Erfolgsfaktor oder Herausforderung?

Mathias Milstrey, Global Director, Digital Product Management & **Jochen Steinmann**, Head of Digital Platform EMEA, Arrow Electronics



Roundtable 2
Projektplanung und -organisation: Wie behält man bei umfangreichen B2B-Marketingprojekten den Überblick?

TBA



Roundtable 3
Diskussion um die Entwicklung einer vertriebsorientierten Digitalstrategie (FollowUp zum Vortrag Tag 1)

Stefan Schempp, Leiter Digital Business, SATA GmbH & Co. KG



09.50-11.20 **Networking Sessions**

Gespräche mit Fachkollegen und unseren Partnern

09.55-10.45 **Workshop**

Mehr Erfolg (nicht nur) im E-Commerce durch Data-Driven Business und digitale Lead-Generierung

Lutz Klaus, Gründer und Inhaber, Marketing ROI Experts





Fortsetzung Tag 2

BEST PRACTICE VORTRAG



11.25-
11.55

E-Commerce: Konfiguratoren in der Patientenversorgung bei Ottobock

Oliver Adekunle, Global Head of Marketing Technologies, Ottobock SE & Co. KGaA



ottobock.



12.00-
13.00

Networking Sessions



13.00-
14.00

Mittagspause

BEST PRACTICE VORTRÄGE



14.00-
14.30

B2B Plattformen in einer speziellen Vertriebsstruktur

Edwin Teiber, Head of Online Marketing & E-Commerce, Laboratoire Biothétique Kosmetik GmbH & Co. KG



LA BIOTHETIQUE®
PARIS



14.30-
15.00

Auf dem Weg zu Omnichannel – Erfahrungen aus der Praxis

Dr. Kati Wegner, Director Omnichannel Excellence, Pfizer Deutschland GmbH



Pfizer



15.00-
15.10

Kaffee- & Teepause



15.10-
15.40

Wie man mit einer Open Source Lösung einen neuen Webshop komplett Inhouse baut.

Mirela Cindric, Bereichsleitung Marketing & Öffentlichkeitsarbeit, Bio-Circle Surface



BIO-CIRCLE®



15.40-
16.10

E-Commerce Evolution: Mit KI und Analytics zu glücklicheren Kunden

Matthias Klug, Senior Director Brand Differentiation, Marketing Communications Event, PR & HR Marketing + Intralocistics Specialist, KION Industrial Trucks & Services



KION
GROUP



16.10

WRAP UP