

LUNCHVORTRAG

Einladung

Thema: **E-Mail-Marketing und Newsletter**

Referenten: **Melanie Lismann und Markus Fillgraff, CosmosDirekt**

Datum: **Mittwoch, 30.08.2017**
12:00 bis 14:00 Uhr

Ort: Wirtschaftsförderungsgesellschaft
Saarpfalz mbH
Gründer- und Mittelstandszentrum
Saarpfalz-Park 1
66450 Bexbach



Anmeldung: bis Donnerstag, 24.08.2017

Wir fangen pünktlich um 12 Uhr an. Für einen kleinen Imbiss und Erfrischungsgetränke wird durch unseren Gastgeber gesorgt.

Wir freuen uns auf Ihr Kommen.

Herzliche Grüße
Existenzgründerinitiative im Marketingclub Saar e. V.

Ansprechpartnerin:
Yvonne Bickel
Telefon: 0170/7356654
E-Mail: gruender@marketingclub-saar.de

Vielen Dank unseren Partnern in 2017:



Zum Thema:

Bis heute ist E-Mail trotz neuer Kommunikationsformen in vielen Unternehmen einer der wichtigsten Direktkanäle, um mit ihren Kunden in Kontakt zu bleiben und auf Angebote aufmerksam zu machen. E-Mails unterstützen nicht nur in der Kundenbindung, sondern auch im Marketing und Vertrieb ist der Kanal ein echter Conversiontreiber – und das mit verhältnismäßig geringem Budget.

Was man beachten sollte, wenn man E-Mail-Marketing professionell betreiben möchte und was die aktuellen Trends in diesem Bereich sind, möchten wir Ihnen gerne in einem Lunchvortrag näher bringen.

Zu den Referenten:

Melanie Lismann, CosmosDirekt

Melanie Lismann, Diplom-Betriebswirtin, leitet seit 2014 innerhalb der Online Unit eCosmos die Gruppe eCustomer Experience and Services. Dabei ist sie mit Ihrem Team maßgeblich für das E-Mail-Marketing im Hause CosmosDirekt und somit für den Versand von über 30 Mio. E-Mailings pro Jahr verantwortlich. Bevor sie zu CosmosDirekt kam, arbeitete sie als Marketing- und eCommerce Manager für die Marken KangaROOS und flip*flop.

Markus Fillgraff, CosmosDirekt

Markus Fillgraff ist seit 1997 für CosmosDirekt tätig und war maßgeblich beim Auf- und Ausbau von CosmosDirekt zum führenden deutschen Online-Versicherer beteiligt. Über die Themen Konzeption und Umsetzung von Website und Webcontrolling hat er sich in den letzten sechs Jahren auf das Thema E-Mail-Marketing spezialisiert. Sein aktueller Fokus liegt darin, die Ergebnisse aus Big-Data-Analysen zu nutzen, um die User punktgenau an ihrem Point-of-Need per E-Mail abzuholen.

Vielen Dank unseren Partnern in 2017:

