



## DEUTSCHER MARKETING VERBAND

### PRESSEMITTEILUNG

#### 45. Deutsche Marketing Tag am 5./6. Dezember 2018 in Hannover

#### **Rebecca Snell, Head of Marketing D/A/CH Lego GmbH hält Keynote**

„Die Lego Spielwelt – Stein für Stein in die Zukunft“

Lübeck, den 14. August 2018 - Das Angebot innovativer und effizienter Marketingtools ist heute so vielseitig wie noch nie. Marketing Automation, Programmatic Advertising, Predictive Marketing, Neuromarketing, Big Data Analytics u.v.m. stellen das Marketing vor die Herausforderung, die perfekten Tools zum richtigen Zeitpunkt in den effizientesten Kanälen zu definieren. Die Kunst, für die eigene Marke die Mittel auf die relevanten Zielgruppen, Kanäle und Tools zu fokussieren, machen den erfolgreichen CMO aus.

Der Deutsche Marketing Tag hat sich in den vergangenen Jahren zu einem der bedeutendsten Kongresse zu aktuellen Fragen rund um Marketing, Vertrieb und Service in Europa entwickelt. Der zweitägige Kongress bringt Experten aus Marketing, Vertrieb und Produktmanagement zusammen, um für genau diese Fragen Diskussions- und Lösungsansätze zu finden und gemeinsam die Themenfelder aus den jeweiligen Branchen und Blickwinkeln zu beleuchten. Das Motto wird in viele Einzelthemen überführt und von hochkarätigen Referenten in Form von Masterclasses, Deep Dive- und Breakout-Sessions, Stand Up-Presentations, Plenarvorträgen und Diskussionsrunden mit Leben gefüllt.



Rebecca Snell, Head of Marketing DACH, Lego GmbH freut sich auf die Teilnahme beim den Deutschen Marketing Tag: „Ich bin beim Deutschen Marketing Tag dabei, weil es der perfekte Anlass ist, sich mit Kollegen zu brandheißen Marketingthemen auszutauschen und neue Impulse für das eigene Unternehmen zu sammeln“, sagt Rebecca Snell, Head of Marketing DACH Lego GmbH. Rebecca Snell hält am 6.12.2018 die Keynote „Die Lego Spielwelt – Stein für Stein in die Zukunft.“

„Wir freuen uns, dass wir mit Rebecca Snell, eine ausgewiesene Marketingexpertin als Keynote-

Rednerin verpflichten konnten, die das Marketing eines der erfolgreichsten globalen Unternehmen leitet“, sagt Prof. Dr. Ralf E. Strauß, Präsident des Deutschen Marketing Verbands.



## DEUTSCHER MARKETING VERBAND

„Zusätzlich zu ihren bisherigen Aufgaben, müssen Marketing- und Vertriebsverantwortliche nun auch noch über neue Technologien Bescheid wissen - alleine schon das Mithalten mit dem technologischen Fortschritt wäre ein Vollzeitjob“, sagt Strauß. Und weiter: „Die Fragen sind heute: Welche Marketing-Technologien aus dem riesigen Tool-Set werden tatsächlich benötigt? Welche Technologien sind für die spezifischen Anforderungen eines Unternehmens und dessen Kunden geeignet?“

### **Der 45. Deutscher Marketing Tag in Hannover - #marketing\_getting\_smarter**

Marketing- und Vertriebsfunktion werden zunehmend datenbasiert, intelligent und fokussiert unter Ausnutzung digitaler Anwendungsszenarien in cross-funktionalen Teams. Auf dem 45. Deutschen Marketing Tag 2018 erfahren und diskutieren Marketeers an Hand von relevanten Praxisbeispielen und inspiriert durch visionäre „Keynotes“, wie alles im Marketing „smarter“ wird:

Anmeldung zum 45. Deutschen Marketing Tag und weitere Informationen unter [www.deutschermarketingtag.de](http://www.deutschermarketingtag.de).

Pressekontakt:

Deutscher Marketing Verband Service GmbH

Willy-Brandt-Allee 31 D

23554 Lübeck

Karin Bollo, Tel.: +49 451 160855 29

E-Mail: [presse@marketingverband.de](mailto:presse@marketingverband.de)

### **Über den Deutschen Marketing Verband e.V.**

Der Deutsche Marketing Verband (DMV) ist der Berufsverband des Marketing-Managements und die Dachorganisation der mehr als 60 Marketing Clubs in Deutschland und der Österreichischen Marketing-Gesellschaft. Er vertritt die Interessen von über 14.000 Führungskräften aus marketingorientierten Unternehmen. Seit 1956 sorgt der Verband für die Verbreitung des Marketingbewusstseins in Wirtschaft und Gesellschaft und sieht sich als die Institution für praxisnahe Weiterbildung und Know-how-Transfer.

<http://www.marketingverband.de>