



08:00 Uhr	Registrierung + Kaffee, Tee und Frühstückssnack						
08:30 Uhr	SMX Orientierungs-Meeting - Raum: Saal 3 Sandra Finlay, Konferenzleitung SMX München, Rising Media						EXPO+
09:00 Uhr	Eröffnung und Keynote - Raum: Saal 1 Kein Grund zur Panik! Tipps, um die mobile Suche und die Sprachsuche 2018 und in Zukunft zu meistern Greg Gifford, DealerOn						EXPO+
10:00 Uhr	Kaffeepause						
TRACK	Bootcamp Raum: Saal 4	SEO Raum: Saal 1	SEA Raum: Saal 5	Analytics & Optimisation Raum: Saal 13A	Search Beyond Google Raum: Saal 13B	Solutions Track Raum: Saal 3	Double Click University Raum: Saal 2
10:30 Uhr	 Die richtigen Worte finden: Tools und Techniken für Keywordauswahl und Suchmaschinentexte	 SEO für Google's Mobile-First Index & die Mobile-Friendly Welt	 Anzeigentests: Was alle falsch machen und wie es richtig geht	 From Digital Analytics to Predictive Analytics: Mind the Gap!	 Amazon SEO ≠ Google SEO	EXPO+  Die besten SEO Tools sind selbst entwickelt und Ausnahmen bestimmen die Regel	EXPO+  DoubleClick Campaign Manager & DoubleClick Bid Manager - Smarte kreative Strategien und effiziente Media Ausgaben
11:30 Uhr	Raumwechsel - kurze Pause						
11:35 Uhr	 Kunst & Handwerk: Erfolgreiche Anzeigen sind kein Hexenwerk	 Das Local-Mobile SEO Playbook 2018	 Top AdWords Features, die ihr nicht nutzt	 So holen Analytics Pros das Optimum aus Google Analytics	 Bereit für Amazon Ads? Kunden dort abholen, wo sie zuerst nach Produkten suchen	EXPO+  Join us in speaking the language of success: Lokalisierung und SEO-Übersetzungen	EXPO+  DoubleClick Search - Search Management jetzt wirklich!
12:20 Uhr	Mittagspause						
13:45 Uhr	Keynote Unicorn Marketing 2018: So liefern alle Marketing Channels langfristig großartige Resultate - Raum: Saal 1 Larry Kim, Mobile Monkey						EXPO+
14:30 Uhr	Raumwechsel - kurze Pause						
14:35 Uhr	 Search Engine Friendly Design	 JavaScript SEO - Kann Google euren Content crawlen und indizieren? (und was bedeutet das für Tools, Entwickler, Audits?)	 AdWords im B2B Marketing Mix	 SEO & SEA Hacks mit Google Analytics und dem Google Tag Manager	 Image Recognition & Visual Search: So sieht E-Commerce in der Zukunft aus	EXPO+  Google vs. Facebook Produktdaten-Feeds: Tipps & Tricks von Experten für mehr Performance	EXPO+  Integration DoubleClick und Google Analytics
15:30 Uhr	Kaffeepause						
16:00 Uhr	 Der Relaunch war ein Fail - und jetzt? Schnelle und strukturierte Fehlerfindung beim SEO-Horror-Szenario	 SEO Tests auf großen und kleinen Webseiten - was wir von Etsy, Pinterest und anderen lernen können	 Fortgeschrittene Remarketing Taktiken für B2B (die auch für B2C funktionieren)	 Das läuft von selbst, oder? Die Automatisierung von Analytics	 Video Optimierung: Tipps & Hacks für alle Plattformen	EXPO+  Links für SEO in 2018	Keine Session
16:45 Uhr	Raumwechsel - kurze Pause						
16:50 Uhr	Keynote Der wichtigste Erfolgsfaktor? Das Team und seine Menschen! - Raum: Saal 1 Lisa Myers, Verve Search; Michelle Robbins, Third Door Media						EXPO+
17:30 Uhr	After Show Networking - Trefft unsere Aussteller - Raum: Foyer						EXPO+
18:30 Uhr		SEMY Awards – Der Deutsche Suchmarketingpreis Location: Wappenhalle					
19:30 Uhr		SMX After Dark Location: Wappenhalle					



08:00 Uhr	Registrierung + Kaffee, Tee und Frühstückssnacks					
TRACK	SMX Roadmap 2018 Raum: Saal 13A	SEO Raum: Saal 1	SEA Raum: Saal 5	Content Raum: Saal 4	Customer Centricity Raum: Saal 13B	Solutions Track Raum: Saal 2
09:00 Uhr	Roadmap 2018? Die nächsten Innovationen kommen aus China und Indien, nicht aus Kalifornien	Accelerated Mobile Pages AMP und mehr – brauchen schnelle Seiten eigentlich AMP?	Advanced Google Shopping: Features, Tools & Hacks	Content Marketing Strategien – welche ist die Richtige für mich?	(Lean) User Research und Analytics	Keine Session
09:45 Uhr	Raumwechsel - kurze Pause					
09:50 Uhr	Keynote: AI wird alles verändern - seid ihr bereit? - Raum: Saal 1 Johannes Schaback, Ladenzeile.de					EXPO+
10:45 Uhr	Kaffeepause					
11:15 Uhr	AI in der Praxis: Wie ihr - auch ohne Dokortitel in Computerwissenschaften – AI Potential erschließen könnt	Technical Onpage & Onsite Clinic	Wir sollten darüber sprechen: Attribution für und jenseits von SEA	Wenn ihr wisst was erfolgreiche Inhalte ausmacht, dann wisst ihr auch, wie erfolgreiches SEO funktioniert	Die Wahrheit ist: Ihr seid nicht kundenorientiert!	EXPO+   Bing Shopping Kampagnenoptimierung, automatisierte Gebotsstrategien und Bing Produktfeatures
12:15 Uhr	Mittagspause					
13:45 Uhr	Neue Distributionswege für euren Content (Google Actions, PWAs, Native Apps)	Large Scale SEO: Automatisierung von SEO Checks bei ABOUT YOU und Site Performance bei Zalando	Advanced Targeting Tactics	Zeit ist Geld! Wie ihr Content entwickelt, der schneller konvertiert und von Journalisten und Influencern geteilt wird	Und wer denkt an den Kunden? Wie ihr euren Relaunch nicht nur für Google vorbereitet	EXPO+   Bing Artificial Intelligence und die Bedeutung für das digitale Marketing
14:30 Uhr	Raumwechsel - kurze Pause					
14:35 Uhr	Nur einer kann gewinnen! So bringt ihr euch in Position für eine Welt, in der die digitalen Assistenten bestimmen, wer das beste Marketing betreibt	WOTR: Advanced SEO - was ist neu und wichtig?	Mehr Kontrolle, weniger Fehler: Skalierung von großen Accounts mit Adwords Scripten	Der Content-Driven Link Building Prozess: Ideen, Ausführung, Promotion & Audit	Customer Centric SEA Strategien & Taktiken	EXPO+   SEMY Die besten SEA Kampagnen: Die SEMY Nominierten stellen sich vor
15:30 Uhr	Kaffeepause					
16:00 Uhr	Lasst die Chatbots die Arbeit machen: Technologie, Umsetzung & Kanäle	Technical International SEO	Was zusammengehört, soll man nicht trennen: SEASEO AdWords Optimierung	YouTube Marketing im B2B: Was macht eine Spedition auf YouTube?	Effizientes und sinnvolles Reporting mit minimalem Budget- und Zeitaufwand	EXPO+   SEMY Die besten SEO Kampagnen: Die SEMY Nominierten stellen sich vor
16:45 Uhr	Raumwechsel - kurze Pause					
16:50 Uhr	Die wichtigsten SEO Fragen: (Tool)-Lösungen, die ihr noch nicht kennt	Suchmaschinenoptimierung und Schranken: Paywall, First Click Free und Conversion via SEO	AdWords-Kampagnenstruktur: Was alle von den E-Commerce Unternehmen lernen können	Relevanzbewertung von Content am Beispiel gutefrage.net	Cross Device Tracking 360	Keine Session
17:30 Uhr	Abschluss-Session: Priorisierung eurer Suchmarketing Aktivitäten - Raum: Saal 1					EXPO+
18:00 Uhr	Ende der SMX München 2018					