

Data Driven Day 2018

12. Juni 2018

Die Referenten



Olga Fominykh verantwortet den Offline Marketing Kanal bei HelloFresh Deutschland und Österreich. Nach ihrem Master-Studium Medienmanagement in Berlin und verschiedenen Stationen im Offline- als auch im Online-Marketing, steuert sie nun die Print-Marketingkampagnen bei HelloFresh. Als Teil des Performance Marketing Teams legt sie ihren Fokus stark auf performance-orientierte Direct Mail Kampagnen, die messbare Ergebnisse bringen und für schnelleres Wachstum sorgen.



Dr. Andreas Dolfen, Director Data Science & Consumer Insights, QVC Handel, ist Physiker und hat im Bereich Computational Physics und High-Performance Computing promoviert. Jetzt leitet er beim Retailer QVC global das Data Science Team und in Deutschland die Abteilung Consumer Insights & Analytics. In Zusammenarbeit mit AZ Direct wurde fuer QVC Deutschland unter der Projektleitung des Kovortragenden Stephan Steinmeyer eine Kundensegmentierung entwickelt, die mittlerweile von fast allen Funktionen und Ebenen erfolgreich eingesetzt wird.



Stephan Steinmeyer, Strategy Analyst QVC Handel, ist Diplom-Kaufmann und seit 2006 im Business Development und Consumer Insights bei QVC beschäftigt. In dieser Zeit leitete er u.a. Projekte zur Einführung von Zielgruppen, Retourensenkung, Sortimentsfindung. Er begann seine Laufbahn in der Marktforschung im Postsektor, Finanzdienstleistung und E-Commerce und ergänzte sein Aufgabengebiet auf Marktanalyse und Strategieentwicklung während seiner Tätigkeit in der Unternehmensentwicklung der Metro AG.



Dr. Stefan Kohn ist für die Telekom Design Gallery – das Zukunfts- und Innovationsforum der Deutschen Telekom AG - verantwortlich. Hier können Kunden und alle anderen Stakeholder des Konzerns die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung anhand von anschaulichen Use Cases aus verschiedenen Lebensbereichen erleben und diskutieren. Er ist ein ausgewiesener Innovationsexperte mit über 15 Jahren Berufserfahrung in Forschung und Entwicklung. Er ist zudem Dozent an verschiedenen Hochschulen.



Urs Meier, Unternehmer und Fußballexperte, gehörte viele Jahre zu den weltbesten Schiedsrichtern. Mit Erreichen der Altersgrenze von 45 Jahren beendete er 2004 seine Karriere als FIFA-Schiedsrichter und engagiert sich seitdem für die systematische Professionalisierung der international tätigen Schiedsrichter. Seit 2005 ist Urs Meier Fußball-Experte beim ZDF und kommentiert internationale Spiele, Europa- und Weltmeisterschaften. Bei der Fußball-WM 2018 in Russland wird er bei den ZDF-Übertragungen wieder als Experte zu Gast sein und den Spielverlauf aus der Sicht des Unparteiischen beurteilen.

Data Driven Day 2018

12. Juni 2018

Die Referenten



Oliver Reinke verfügt über fundierte Kenntnisse in den Bereichen Digital Marketing und Dialogmarketingdienstleistungen. Nach Abschluss seines betriebswirtschaftlichen Studiums übernahm er vertriebliche Aufgaben für Unternehmen im Bereich Consumer Products, bevor er 2000 zur Bertelsmann AG wechselte. Nach verschiedenen Führungspositionen innerhalb der Arvato wechselte er 2009 zur Deutsche Post AG und verantwortete dort als Geschäftsführer die Geschäfte der Dialogmarketingtochter Deutsche Post Direkt GmbH. 2016 kehrte er zur Bertelsmann AG zurück und leitet heute den Unternehmensbereich Dialog innerhalb der Digital Marketing Services der Bertelsmann Printing Group, zu der auch die AZ Direct Gruppe gehört.



Marco Kersch ist seit 2011 Mitglied der Geschäftsleitung der AZ Direct. Er verantwortet den Bereich Produktmanagement & Operations in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Vor dem Wechsel zu AZ Direct leitete er das Produktmanagement der eCommerce Solutions von Arvato Services. Zuvor war er mehr als acht Jahre in verschiedenen leitenden Aufgaben bei der Telefónica Deutschland aktiv.



Der Display-Experte Fabian Illies ist der Leiter des Trading Desks der AZ Direct. Neben klassischen data-driven Display-Kampagnen in den Kanälen Desktop, Mobile, Video und Social erschließt er mit seinem Team hierüber mit Produkten wie CRM-Onboarding, Mobile-Geotargeting auf Haushaltsebene und Customer-Journey-Optimization weitere Marktpotenziale für Advertiser. Vor seinem Einstieg bei AZ Direct war er bei Pixelpark im Bereich Realtime Advertising tätig, verantwortete bei adscale den Aufbau des Hamburger Agentur Geschäftes und begleitete das Unternehmen auf dem Weg vom Marktplatz zur SSP (Supply-Side-Plattform).



Nach Ihrem Masterstudium „International Management“ an der FHM Bielefeld und diversen nationalen und internationalen Praktika im Bereich Marketing, startete Natalia Friesen vor 5 Jahren als Sales Consultant für den Bereich Daten und Analysen bei der AZ Direct. Anfang 2017 wechselte Sie in das Key Account Team der AZ.