

Wenn der Kunde gerne zahlt – Mehr Cash mit Digital Content

17.07.2013, 17:35 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Akademie des Deutschen Buchhandels*



5. Paid-Content-Konferenz der Akademie des Deutschen Buchhandels

YouTube führt Paid Channels ein. Anbieter wie DocCheck zeigen, wie Plattformen zwischen Content-Anbietern und ihren Nutzern digitale Bezahlinhalte vermitteln. Auch Verlagen gelingt es zunehmend, Paid-Content-Angebote in ihrem Portfolio zu etablieren. Doch damit die positiven Effekte nach der Einführung von Paywalls, Freemium-, Flatrate- und Metered Modellen weiter dynamisch bleiben, ist eine laufende Optimierung der Angebote mit Kunden-Fokus gefragt. Wann ist der Kunde bereit für digitale Verlagseinhalte zu zahlen? Wie lassen sich Kundendaten gewinnen und für Produktentwicklung, Conversionoptimierung und nachhaltige Kundenbindung einsetzen? Wie sehen wirkungsvolle Vermarktungsstrategien für Paid Content aus – von Content Marketing bis Social Media?

Um diese und weitere Fragen geht es in der 5. Paid-Content-Konferenz „Wenn der Kunde gerne zahlt... Mehr Zahlungsbereitschaft für Digital Content“, die die Akademie des Deutschen Buchhandels am 17. September 2013 im Literaturhaus München veranstaltet. Ausgewiesene Branchenexperten zeigen, wie Fach- und Special-Interest-Verlage sowie Medienhäuser ihre digitalen und mobilen Paid-Content-Angebote und die entsprechenden Vermarktungs- und Vertriebswege so kundennah wie möglich gestalten können.

Schwerpunkte der Tagung sind u. a.:

- Die Kunden zahlen, wenn der Nutzen stimmt – Paid-Content-Modelle für Fachmedien
- Metered vs. Freemium vs. Reichweite – Paid Content als Teil der F.A.Z.-Produktstrategie
- How mobile and advanced data analytics have helped transform the Financial Times
- Conversionoptimierung von der Paywall bis zum Kaufabschluss: Was Bezahlssysteme leisten sollten

- Erfolg mit verlagsübergreifenden Fachinformationsangeboten
- Mobile, Online, Print: Kundenbindung durch Komplettpakete

Die Veranstaltung richtet sich an Fach- und Führungskräfte aus (Fach-)Verlagen und Medienhäusern sowie an Mitarbeiter aus den Bereichen Neue Medien, Business- und Product Development, Konzeption, Marketing und Vertrieb, die sich umfassend über die aktuellen Entwicklungen im Bereich Paid Content informieren möchten.

Referenten sind u. a. Tom Betts (Financial Times UK), Gilles Domartini (Cleeng NL), Christian Lindemann (Wolters Kluwer), Thomas Schultz-Homberg (F.A.Z), Dr. Kai Stalmann (Axel Springer), Nadine Steinmetz (Springer Medizin), Dr. Carsten Thies (Haufe-Lexware), Daniel Vierbuchen (DocCheck). Moderiert wird der Tag von Dr. Marco Olavarria (Kirchner & Robrecht Management Consultants).

Weitere Informationen zur Paid-Content-Konferenz und Anmeldung unter
http://www.buchakademie.de/konferenzen/fachmedien/paid_content_konferenz_2013.php

Portrait

Über die Akademie:

Die Akademie des Deutschen Buchhandels zählt mit rund 3.500 Teilnehmern pro Jahr zu den führenden Medienakademien in Deutschland. Mit ihrem Seminarprogramm, Konferenzen und Tagungen hat sie sich als anerkanntes Branchenforum etabliert.

Als Management- und Nachwuchsschmiede der Verlags- und Medienbranche bietet sie Programme zur Qualifizierung und Weiterentwicklung für Fach- und Führungskräfte.

News-ID: 734496 • Views: 801 (Stand: 11.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/734496/Wenn-der-Kunde-gerne-zahlt-Mehr-Cash-mit-Digital-Content.html>