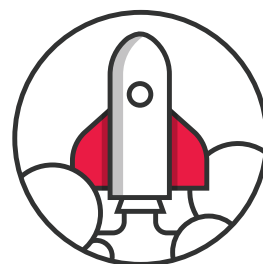


# EFEKTYWNOŚĆ KOMUNIKACJI MARKI

Poziom **3**



Laboratorium

## Optimalizacja mediów cyfrowych

### Najważniejsze Cele

- Dowiesz się czym jest reklama programatyczna.
- Odkryjesz jak dopasować daną technologię zakupu programmatic do określonych potrzeb i celów.
- Poznasz funkcjonalności i możliwości DMP.
- Będziesz potrafił sprawnie dobierać inventory w zależności od swoich potrzeb.

### Wykładowcy



**Łukasz Kołdys**  
Deputy Director A&I, Wavemaker

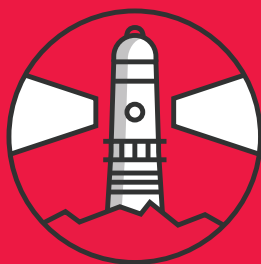


**Katarzyna Borkowska**  
Head Of Platform, Wavemaker

### Dla Kogo?

Do udziału w laboratorium zapraszamy przede wszystkim

- specjalistów ds. marketingu, public relations, mediów społecznościowych;
- informatyków, którzy zajmują się tworzeniem witryn internetowych mediów społecznościowych;
- osoby zajmujące się tworzeniem blogów internetowych;
- webdeveloperów i administratorów stron i serwisów WWW;



## O Laboratorium

Przewiduje się, że kampanie kupowane pragmatycznie będą w najbliższym czasie stanowiły zdecydowaną większość wszystkich kampanii emitowanych online.

Dzięki udziałowi w laboratorium już teraz macie szansę poznać „od kuchni” czym jest programmatic, jak wykorzystać go we własnych działaniach i jak dzięki niemu zdobywać przewagę konkurencyjną.

W trakcie laboratorium każdy uczestnik tworzy plan danowy, obejmujący dane na bazie dostępnych 1st, 2nd, 3rd party potrzebnych do zaadresowania danej potrzeby biznesowej.

Po zakończeniu uczestnicy będą też potrafili zarekomendować stworzenie dedykowanego profilu odbiorców, istotnego z punktu widzenia określonej strategii. Będą wiedzieli jak wygląda obsługa (planowanie, nadzór i optymalizacja ) kampanii programatycznych.



## Program Laboratorium

- Programmatic fakty i mity, trendy i wizja rozwoju
- Przegląd technologii w programatycznym zakupie reklamy digital
- DMP i dane
- Inventory w programatycznym zakupie reklamy digital
- Programmatic a strategia
- Budowanie dedykowanych profili



## Inspiracja

Większość kampanii on-line oparta jest o programmatic. To znakomite rozwiązanie optymalizujące efektywność wykorzystania mediów cyfrowych. Czy jednak każdy wie, jak go używać?

W ciągu ostatnich lat na całym świecie nastąpił gwałtowny rozwój programmatic buying, w Polsce w tym modelu realizuje się już ponad 40% budżetów.

To jest rewolucja, w której każdy weźmie udział. Po której stronie barykady będziesz?

## Organizacja zajęć



Otrzymujesz dostęp do platformy szkoleniowej z materiałami ze szkolenia, Twoim certyfikatem oraz dostępem do kolejnych kursów w **Szkole Marki SAR**

- Lokalizacja  
Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR  
Czerska 8/10, 00-732 Warszawa
- Koszt udziału:  
800 zł netto dla członków SAR  
1300 zł netto dla firm niezrzeszonych
- Zapisy  
[szkolenia@sar.org.pl](mailto:szkolenia@sar.org.pl)
- Zapewniamy  
Materiały dydaktyczne. Pomoce naukowe.  
Kawa, herbata, ciastka oraz obiad.