

{ PROGRAMMATIC - O CO TYLE HAŁASU?

O SZKOLENIU



Przewiduje się, że kampanie kupowane pragmatycznie będą w najbliższym czasie stanowiły zdecydowaną większość wszystkich kampanii emitowanych online. Dzięki naszemu szkoleniu już teraz macie szansę poznać od kuchni czym jest programmatic, jak wykorzystać go we własnych działaniach i jak dzięki niemu zdobywać przewagę konkurencyjną.

PROGRAM SZKOLENIA



1. Programmatic fakty i mity, trendy i wizja rozwoju
2. Przegląd technologii w programatycznym zakupie reklamy digital
3. DMP i dane
4. Inventory w programatycznym zakupie reklamy digital
5. Programmatic a strategia
6. Budowanie dedykowanych profili
7. Planowanie, realizacja, optymalizacja i ewaluacja kampanii kupowanych w modelu programmatic

Wykłady połączone z dyskusjami oraz ćwiczeniami.

CEL SZKOLENIA

Po zajęciach uczestnik powinien doskonale rozumieć czym jest reklama programatyczna, będzie w stanie zrozumieć dopasowanie danej technologii zakupu programmatic do określonych potrzeb i celów. Uczestnik pozna funkcjonalności i możliwości DMP. Będzie w stanie sprawnie dobierać inventory w zależności od swoich potrzeb.

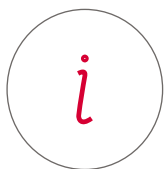
Po odbyciu zajęć uczestnik będzie potrafił stworzyć plan danowy – jakie dane na bazie dostępnych 1st, 2nd, 3rd party są potrzebne do zaadresowania danej potrzeby biznesowej, będą potrafili zarekomendować stworzenie dedykowanego profilu odbiorców, istotnego z punktu widzenia określonej strategii.

Będą wiedzieli jak wygląda obsługa (planowanie, nadzór i optymalizacja) kampanii programatycznych.

WYKŁADOWCY:

Łukasz Kołdys MEC, Deputy Director Analytics and Insight

Katarzyna Borkowska MEC, Programmatic Buying Manager



ORGANIZACJA ZAJĘĆ:

Terminarz

17 Listopada
15 Grudnia



Zapisy

szkolenia@sar.org.pl



Zapewniamy

Materiały dydaktyczne
Pomoce naukowe
Kawa, herbata, ciastka
Obiad



Lokalizacja

Stowarzyszenie
Komunikacji
Marketingowej
SAR
Czerska 8/10,
00-732 Warszawa



Koszt udziału:

800 zł dla członków SAR
1 300 zł dla firm niezrzeszonych