



ProgrammatiCon

Seminar Konferenz Tool Trainings

Das Programmatic Marketing Fachevent in D-A-CH
18. - 20. Oktober 2017 | Wien



SAAL 1

SAAL 2

9:30 Begrüßung

9:40 **Keynote: Programmatic - the next industry revolution for greater success**
 🇬🇧 Barbara Agus, Digital Director International, Time Inc.

10:20 **Personalisierung: Werbemittel & OnSite Inhalte dynamisieren**

||| Siegfried Stepke, e-dialog
 Wie Daten nicht nur im Targeting, sondern auch zur Individualisierung - sowohl in Bannern als auch OnSite - genutzt werden.

10:40 **Content-Personalisierung**

||| Alexander Gulentz, Piwik PRO
 Wie Sie die Userexperience durch Content-Personalisierung verbessern, und welche technischen Voraussetzungen es dafür gibt.

11:30 **Native Ads go Video**

||| Dominik Laudage, The Trade Desk
 Welche Chancen Native Advertising und insbesondere Native Video bieten - und wie der Einkauf abgewickelt wird.

11:45 **Future of Ads on Facebook**

||| Peter Podolinsky, ROI Hunter
 🇬🇧 How your offline transactional data and data from other sources can help to optimize your Facebook campaigns for better performance.

12:05 **Programmatic Video - eine echte Alternative zum TV?**

||| Michael Möller, Teads
 Herausforderungen im Online-Video Markt und Chancen für die Kreation automatisiert ausgespielter Bewegtbild-Kampagnen.

12:25 **Best Cases im Programmatic Video Advertising**

||| Patrick Danne, smartclip
 Von TKP-Buchungen bis programmatische Kampagnen: Dieser Vortrag zeigt Abrechnungsarten anhand von Fallbeispielen.

13:45 **Podiumsdiskussion**

Martin Gaiger (kurier.at), Anna Petrushkina (Yahoo) & Jela Jovanovic (Verbund)
 Moderation: Herwig Stindl (Manstein Verlag)

10:20 **Header Bidding: Ein Tool zur effizienteren Monetarisierung**

||| Richard Kidd, OpenX
 Header Bidding bringt Ertragssteigerung durch erhöhten Wettbewerb. Davon profitieren Publisher und Werbetreibende.

10:40 **Header Bidding: Best Practices und Strategien**

||| Franziska Ferraz, Criteo
 Herausforderungen und Vorteile der neuen, transparenten Auktionsdynamik. Best Practices für Publisher und Advertiser.

11:30 **1st Party Data 101: from basic to rocket science**

||| Martin Frotzler, e-dialog
 Alle reden von First Party Data - doch was ist das genau? Ein Überblick, was alles geht und wie „Data Silos“ koordiniert werden.

11:45 **Echtzeitdaten zur Kampagnenoptimierung**

||| Moritz Huemer, Performics
 Wie externe Datenquellen programmatische Kampagnen steuern können zeigt dieser Vortrag anhand von Praxisbeispielen.

12:05 **Artificial Intelligence**

||| Doris Lieber, Microsoft
 Wo stehen wir wirklich mit dem intelligenten Marketing? Machen uns Alexa, Siri, Viv & Co zukünftig sprachlos?

12:25 **Möge der Datenschutz mit Euch sein - Das sind Daten, die Ihr sucht!**

||| Marcel Martschausky, Webtrekk
 Neue Implikationen im Datenschutz: Handlungsempfehlungen für Webanalyse, Customer Intelligene und Personalisierung.

🍴 12:45 MITTAG

||| Einstieg ||| Intermediate ||| Advanced



Barbara Agus



Nigel Gilbert



Patrick Danne



Alexander Gulentz



Daniel Kral



Marcel Martschausky



Siegfried Stepke



Alexandre Merk



Franziska Ferraz



Richard Kidd



Michael Möller



Stephanie Maurer

14:30 **Programmatic Showcases**

Publisher, Vermarketer, AdTechs und Agenturen zeigen ihre Best Practices aus dem Bereich Programmatic Marketing. Sehen Sie die innovativsten und best-performenden Sonderwerbeformate und Konzepte.

☕ 15:15 PAUSE

15:45 **Guaranteed Deals**

||| Andreas Lux-Wellenhof, DoubleClick
 Auch Premium Inventar lässt sich programmatisch abwickeln. Welche Inventar Trends und Möglichkeiten gibt es?

16:05 **kurier.at - Programmatisch, aber richtig**

||| Stephanie Maurer, kurier.at
 Insights & Chancen aus Sicht eines Premium Publishers. Wie Sie sich mit einem richtigen Set-Up Kosten und Probleme ersparen.

16:25 **Wenn Programmatic für Premium steht**

||| Alexandre Merk, Publicis Media Switzerland
 Programmatic Buying ist alles andere als günstiger Restplatzekauf. Dieser Vortrag zeigt Learnings aus dem Premium Ansatz.

15:45 **Driving growth through measurement**

||| Emanuele Inforzato, Google
 🇬🇧 How to correctly measure moments that matter for your business, attribute conversions credit and act on the insights.

16:05 **Attributionsmodelle**

||| Martin Frotzler & Arne Ruhkamp, e-dialog
 Von last-click bis datadriven: Welche Attributionsmodelle es gibt, wann und wie sie eingesetzt werden, zeigt dieser Vortrag.

16:25 **Attribution at Google: Give credit where it's due with data-driven attribution**

||| Emanuele Inforzato, Google
 🇬🇧 Learn how Google is working to make smarter attribution available for all marketers when looking across all touchpoints.

☕ 16:45 PAUSE

17:05 **Omnichannel**

||| Johannes Falck, Criteo
 Konkrete Beispiele, wie sich nutzerzentrische Omnichannel Kampagnen schon heute umsetzen lassen.

17:25 **Cross Channel Challenges for today's Marketers**

||| Daniel Kral, Kenshoo
 Warum heute kein Weg mehr an einem Cross Channel Ansatz vorbei führt und welche Herausforderungen sich für Marketer stellen.

17:05 **Erfahrungsbericht von Jochen Schweizer**

||| Sören Lüders, Jochen Schweizer
 Die Customer Journey über DoubleClick abgebildet – Herausforderungen und Erfolge aus Sicht eines Advertisers.

17:25 **Programmatic Search**

||| Christian Arold, e-dialog
 Welche Vorteile sich aus einer programmatischen Steuerung von SEA Kampagnen via Bidmanagement ergeben.

17:45 **Closing Keynote: How can we build a better internet for the future**

🇬🇧 Nigel Gilbert, AppNexus

🍷 18:05 CHILL OUT powered by OpenX

⚙️ Programmänderungen vorbehalten

SEMINAR

18.10.2017 ⌚ 9:30 - 17:00

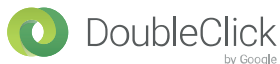
Programmatic Bootcamp:

Lernen Sie die Grundlagen! Wie funktioniert Programmatic?
Welche Kanäle und Möglichkeiten gibt es?

TOOL TRAININGS

20.10.2017 ⌚ jeweils 9:30 - 17:00

Wählen Sie eines unserer drei ganztägigen Intensiv-Trainings:



DoubleClick Campaign & Bid Manager

Wie Sie sowohl klassische Display Kampagnen als auch RTB optimal umsetzen und Daten für Targeting & Dynamisierung nutzen

Google Analytics für Programmatic Marketing Manager

Analytics nicht nur als Messinstrument, sondern auch zur Steuerung und Optimierung: Segmente, Attribution Modeling, Customer Journey, Big Data uvm.

Facebook Performance Marketing

Wie Sie das Maximum aus Ihren Facebook Ads herausholen: Praxistipps zum richtigen Targeting, Bid Management, sowie zur Budget- und Zeitplanung

SAVE
THE
DATE

ProgrammatiCon 2018

10. - 12. Oktober 2018 » ProgrammatiCon.net



powered by @dialog