Data v online reklamě

15. září 2014 / 18:00 / ČSOB Inspirace Jungmannovo náměstí 767/6, 110 00 Praha 1

Program akce

Hlavní blok

17:30 - 18:00 **Registrace účastníků**

18:00 - 18:05 **Zahájení setkání - úvodní slovo**

Petr Koubský - Deník N

18:10 - 18:30 **Cílové skupiny pod lupou**

Matěj Macháček - Performio.cz

Chcete se dozvědět, jakým způsobem vznikají nové behaviorální oblasti a jak v nich nalézt tu nejvhodnější cílovou skupinu k oslovení? Co vlastně Čechy nejvíce zajímá a jak můžete tyto informace využít a následně zpracovat pro co nejvhodněji zacílené reklamní sdělení?

18:35 - 18:55 **Automatický nákup reklamy bez dat nedává smysl. Ale kde je vzít?**

David Špinar - Google Czech Republic

S nejrůznějšími nástroji na automatický (programmatický) nákup reklamy - například formou RTB - se doslova roztrhl pytel. Všichni mají velká očekávání. Přesto se však ukazuje, že bez kvalitních dat, které umožní kvalitní zacílení, slibovaný výsledek nepřichází. Kde je ale vzít a kdo je za ně zodpovědný? Je to úkol spíše pro inzerenta, pro nákupní technologii nebo pro reklamní síť? A jak k tomuto tématu přistupuje Google?

19:00 - 19:15 **Displayová kampaň v QPD: funkční a efektivní řešení**

Hynek Zbořil - H1.cz

V přednášce Hynek Zbořil z H1.cz představí nový kanál pro displayovou reklamu QPD (QUISMA Performance Display) a vysvětlí, proč je výkonově úspěšnější než klasické displayové kampaně. Zazní, jaké jsou její výhody a pro jaké klienty je produkt určený. Efektivitu kampaně v QPD doloží výsledky z pilotní kampaně pro Restu.cz a předvede ji na připravené infografice. Restu.cz je největší rezervační systém restaurací v České republice a současně významný klient H1.cz.

19:20 - 19:35 **Využití dat třetích stran v RTB**

Matěj Novák - Cruxo

Většina inzerentů na českém trhu k cílení na uživatele v rámci RTB využívá pouze svá vlastní data formou ratargetingu. Až donedávna ostatně nebylo mnoho jiných možností. Retargeting však má své limity – sice je velmi efektivní, ale většinou nenabízí příliš široký zásah a z definice také nedokáže přivést nové návštěvníky. Tato omezení lze překonat díky využití dat třetích stran. Co je dnes na trhu k dispozici a jakým způsobem lze tato data využít?

19:40 - 19:55 **Když zákazníci hledají vás**

Tomas Berger - Imper CZ

V prezentaci zazní nové trendy v B2B marketingu spojené s datovými stopami na internetu (Leady a další nástroje).

20:00 - 20:15 **Vážení klienti, proč vlastně nasazovat ty pixely…**

Otakar Ahne - Crimtan CZ s.r.o.

Pixely nasadily banky, pojišťovny i automobilky, tak proč ne vy? Co všechno vám to umožní? Proč se nemusíte bát o data? Jak můžete lépe poznat své návštěvníky a zefektivnit své online kampaně? A konečně, co jsou to ty pixely? Samé otázky? Dáme odpovědi.

20:15 - 21:00 **Závěrečný networking**