

© fotografelez/e-dialog (2)



Event

Die ProgrammaticCon wird heuer von 16.–18. Oktober 2019 stattfinden; auch in diesem Jahr wird die Konferenz im Schloss Schönbrunn in Wien sein.

Denk weiter – denk datadriven!

Der größte Fachevent zu Programmatic Marketing findet zum 4. Mal im Schloss Schönbrunn statt.

WIEN. Die ProgrammaticCon ist mit drei Tagen Programm der größte Fachevent zu datengetriebenem Marketing im deutschsprachigen Raum. Die vierte ProgrammaticCon findet heuer von 16.–18. Oktober 2019 im Schloss Schönbrunn in Wien statt. Die Veranstaltung richtet sich an Marketingentscheider, Online Marketing Professionals, E-Commerce-Verantwortliche, Advertiser, Publisher und Agenturen. Auch heuer versammelt die Konferenz internationale Experten in Wien und bietet eine Plattform zum Wissensaufbau und Erfahrungsaustausch mit Branchen-Pionieren.

Veranstaltet wird der Event von der Wiener Spezialagentur e-dialog, die heuer das Programm erweiterte. Im Vorjahr nahmen über 400 Personen an

der Konferenz teil. Besucher von Merkur, Kronehit, ORF-Enterprise, der Österreichischen Post, Sony Music, Tchibo Eduscho und XXXLutz konnten an den drei Veranstaltungstagen mehr als 60 Stunden Wissen & Best Practices zu Programmatic Marketing mitnehmen.

Neue Schwerpunkte

Auch für dieses Jahr sind bereits einige Speaker fixiert. Insights kommen von erfahrenen Anwendern wie Facebook, YouTube, Google, Ikea, Scout24, Coop, Echte Liebe und Teads.

Diese geben in Vorträgen, Panels und Deep Dive Sessions ihr Know-how zu neuen Möglichkeiten, Herausforderungen und erprobten Lösungen im Bereich Programmatic Marketing. In den Deep Dive-Workshops

und ganztägigen Trainings zu Programmatic Advertising und Tool-Schulung von Google und Facebook ist Hands-On-Mentalität gefragt. Neben den „bewährten“ Themen Targeting, Bidding, Mediaplanung, Daten- und Audience Management

stehen dieses Jahr auch neue Schwerpunkte am Programm. So wird es neben einem ganztägigen Training zu Konzeption und Erstellung von Werbemitteln auch einen Deep Dive zu datengetriebener Kreation mit den Google-Tools geben. Ein weiterer Fokus liegt heuer auf Social Media-Ads. Experten von Facebook zeigen, wie durch people-based Targeting Zielgruppen möglichst individuell angesprochen werden können, welche Werbeformate sich dafür am besten eignen und wie Erfolge gemessen werden können.

Tickets für die ProgrammaticCon sind ab sofort erhältlich; der vergünstigte Early Bird-Tarif läuft bis Ende Juli.

www.programmaticon.net



Über 400 Personen nahmen vergangenes Jahr an der ProgrammaticCon teil.