

» OWM WORKSHOP

Data Driven Marketing

10. Oktober 2019 | 10:00 – 17:00 Uhr

Carathotel Düsseldorf City | Oststr. 155 | 40210 Düsseldorf

ZIEL DES WORKSHOPS

- » Erlangungen von Grundlagen-Kenntnissen über Datenkategorien, Datenherkunft und Datenqualität.
- » Erweiterung der Kenntnisse über die optimale Nutzung von Daten: Wie lege ich eine Kampagne in der DSP an, wie arbeite ich mit Segmenten und wie bringen Daten den richtigen „Drive“ in meine Kampagne.

REFERENTEN

- » Jana Moran, VP of International Operations, The ADEX
- » Sascha Dolling, Managing Partner Data Driven Marketing, OMD Hamburg
- » Alwin Viereck, Head of Programmatic Advertising & Ad Management, United Internet Media
- » Benedikt Schmitt-Homann, Head of Product, United Internet Media

AGENDA

10:00 Uhr **Begrüßung**

10:15 Uhr **Daten: Welche Daten für welche Ziele?**

- » Wofür überhaupt Daten?
- » Kriterien für Agenturempfehlungen bei Daten
- » Entwicklung von Datenstrategien

11:15 Uhr **Datenkategorien**

- » Nutzerdaten
- » Bewegungsdaten
- » Umfragen/Panel-Daten
- » Kampagnendaten / Retargeting-Daten
- » Kauf-Intent-Daten

12:10 Uhr **Lunch**

- 13:10 Uhr **Datenherkunft**
- » Marktübersicht Datenanbieter
 - » Bewertung der Datenqualität im Markt
 - » 1st Party, 2nd Party und 3rd Party Data
 - » Unterschiede, Qualität und Nutzen (Effektivität, Effizienz)
 - » Kostenfaktoren
 - » Daten
 - » Technologie
- 14:10 Uhr **Datenqualität**
- » Was sind Qualitätskriterien für Daten oder wie komme ich zu guten Daten?
 - » Mechanismen zur Überprüfung der Datenqualität
- 15:05 Uhr **Kaffeepause**
- 15:20 Uhr **Spielvarianten der Datennutzung – Praktische Anwendung**
- » Kampagnenanlage in der DSP
 - » DMP: Datensammlung, Segmentierung, Datenaktivierung
 - » Segmentbildung (Wie werden Segmente + Customer Audiences gebildet)
 - » Vorgefertigte Targetings, Customized Audiences, CRM Targetings,
 - » Preisfindung
 - » Daten in SSP und DSP
 - » Wie funktioniert die Anwendung von Daten technisch (Identity + Segment)?
 - » Welchen Einfluss hat Skalierbarkeit, Identity/Identifier-Verlust von Daten auf Kampagnenreichweite und Erfolg?
- 16:20 Uhr **Panel: Fragen/Diskussion und Herausforderungen im Markt.**
- » Daten und Zukunft
 - » Rechtliche Rahmenbedingungen durch die DSGVO
 - » Auswirkungen der ePrivacy Verordnung
 - » Cookie-Sterben und Walled Gardens
 - » Offene Diskussion
- 17:00 Uhr **Wrap Up**