

Programmatic Buying w praktyce – jak działa zakup programatyczny i jak go wdrożyć?

Szkolenie to intensywny kurs, który ma na celu przekazanie uczestnikom praktycznej wiedzy na temat zautomatyzowanego zakupu powierzchni reklamowej w Internecie. Szkolenie obejmuje podstawy programmatic buying, wyjaśniając, czym jest zakup programatyczny i jak działa, omawiając kluczowe pojęcia takie jak DSP, SSP, DMP, RTB oraz przedstawiając różne modele zakupu programatycznego. Szczegółowo omówione zostaną mechanizmy działania RTB (Real-Time Bidding), w tym proces licytacji w czasie rzeczywistym, wykorzystanie danych do targetowania reklam oraz strategię optymalizacji kampanii RTB. Uczestnicy nauczą się planować i wdrażać kampanie programmatic, określając cele kampanii, targetując odbiorców na podstawie danych demograficznych, behawioralnych i kontekstowych, wybierając odpowiednie platformy DSP i narzędzia analityczne oraz monitorując i optymalizując kampanie. Szkolenie obejmuje również analizę danych i optymalizację, ucząc interpretacji danych z kampanii programmatic, wykorzystania danych do optymalizacji targetowania, kreacji i budżetu oraz przedstawiając narzędzia do analizy danych i raportowania. Omówione zostaną także trendy i przyszłość programmatic buying, w tym najnowsze trendy, przyszłościowe technologie i rozwiązania oraz wyzwania i możliwości związane z programmatic buying.



Odbiorcy szkolenia

Szkolenie przeznaczone dla osób zarządzających kampaniami lub teamami ustawiającymi kampanie jak i

również dla każdego kto chce poznać zasady działania zakupu automatycznego i jak planować kampanie w różnych kanałach. Przykładowe stanowiska pracy, dla których przeznaczone jest szkolenie: specjaliści ds. PPC lub performance, specjaliści ds. marketingu/marketingu digitalowego/e-commerce, media plannerzy, analitycy marketingowi, managerowie zarządzający działami performance oraz marketingu.



Korzyści

- Poznanie nowego typu zakupu mediów digital
- Poznanie zaawansowanych typów kampanii i ich zastosowań
- Praktyczna wiedza o zaawansowanym targetowaniu, optymalizacji budżetu i modelach rozliczeń
- Praktyczna wiedza na temat analizy danych z kampanii oraz możliwości ich optymalizacji
- Możliwość natychmiastowego wdrożenia nowych strategii reklamowych, co przełoży się na lepsze wyniki biznesowe



Program szkolenia

1. Wprowadzenie do Programmatic Buying
 - Czym jest zakup programatyczny?
 - Omówienie kluczowych pojęć
 - Modele zakupu programatycznego.
2. Mechanizmy działania RTB (Real-Time Biding)
 - Proces licytacji w czasie rzeczywistym
3. Planowanie kampanii Programmatic Buying
 - Określanie celów kampanii.
 - Targetowanie odbiorców: dane demograficzne, behawioralne, kontekstowe.
 - Wybór platform DSP i narzędzi analitycznych.
4. Wdrażanie i optymalizacja kampanii
 - Konfiguracja kampanii w platformie DSP.
 - Monitorowanie i optymalizacja kampanii w czasie rzeczywistym.
5. Analiza danych – na co warto zwrócić uwagę
 - Interpretacja danych z kampanii programmatic.
 - Wykorzystanie danych do optymalizacji targetowania, kreacji i budżetu.
 - Narzędzia do analizy danych i raportowania.
6. Q&A – Podsumowanie szkolenia



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie uczestników



Czas trwania

1 dni / 6 godzin

Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski