

PROGRAMA

9.00 h. **RECEPCIÓN ASISTENTES**

9.15 h. **APERTURA: NECESIDADES DE LOS ANUNCIANTES ANTE LOS NUEVOS RETOS**

- La Comisión de Industria Publicitaria.
- Objetivo de la CIP y plan de acción.

9.30 h. **LA VISIBILIDAD DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL *PUBLISHER***

10.15 h. **LA MEDICIÓN DE LA VISIBILIDAD**

- La medición digital de los nuevos retos.
- La visibilidad: qué es y cómo se mide.

11.00 h. **PAUSA - CAFÉ**

11.30 h. **TRÁFICO NO HUMANO Y *BRAND SAFETY***

- Transformación digital.
- Seguridad para las marcas.
- Malas prácticas.
- *Wallet gardens*.

12.15 h. **EXPERIENCIAS ANUNCIANTES: CASOS PRÁCTICOS**

- Cómo las marcas trabajan la visibilidad, el tráfico no humano y el *brand safety*.
- Directrices básicas en la compra de espacio publicitario digital.

PROGRAMA

13.00 h. LA VISIBILIDAD DESDE EL USUARIO

- Prácticas emergentes de los usuarios que afectan a la publicidad digital: *adblocking*, bloqueo y borrado de *cookies*, borrado del historial, navegación privada.
- Tipología de usuarios y modelos publicitarios más adecuados para contactar.

13.45 h. CIERRE: MESA REDONDA

- Encuentros y desencuentros ante los nuevos retos digitales.

EQUIPO

COORDINACIÓN

ANA GALLARDO. Marketing Manager en el Dpto. Medios (ODEC)

FERNANDO SANTIAGO. Director Técnico (AIMC)

GRUPO DE TRABAJO

GONZALO IRUZUBIETA. Senior Enterprise Sales Manager (ComScore)

LUIS FERNANDO RUIZ BEDOYA. Insights & Intelligence Director (Omnicom Media Group)

PROFESORADO

CÉSAR CANDAL. Transformación Digital. Marketing de personas (Consultor digital)

MILAGROS GÁLVEZ. Insights Manager (Blue449)

NURIA GIMÉNEZ. Digital Senior Manager (Coca-Cola)

GONZALO IRUZUBIETA. Senior Enterprise Sales Manager (comScore)

ÁNGEL NEBOT. Managing Director (Smartclip Spain) / Vicepresidente (IAB)

LIDIA SANZ. Directora General (AEA)

ILDEFONSO TEBAR. Integrated Marketing Communications Manager (Samsung)