Adform Summit 2024 se zaměřil na omnichannel přístup i budoucnost bez cookies

9.10.2024 - | Seznam.cz

Jste připraveni na změnu pravidel hry v digitální reklamě? To je otázka, která zastřešila letošní Adform Summit. Ten proběhl na konci září v karlínské Spojce a my jsme na něm nesměli chybět. Jednotlivé přednášky se zaměřily na cookieless budoucnost i možnosti omnichannel přístupu. Jak se konference z našeho pohledu vydařila?

Za Seznam na konferenci Adform Summit vystoupil Teamleader RTB Jiří Novotný, který ve své přednášce představil efektivní způsoby cílení s využitím vlastních seznamů zákazníků. Jako horkou novinku zmínil technologický startup Boost.space a jeho integraci s Sklikem. Toto propojení klientům přinese možnost přesnějšího cílení i širší dosah kampaní.

Ve své prezentaci Jirka zdůraznil také důležitost komplexního vyhodnocování brandových kampaní a přiblížil publiku inovativní řešení, jako je privátní deal Plochoskóre, který podporuje dosažení kvalitních brandových výsledků. Dále nahlédl do budoucnosti digitální reklamy a představil hodnocení marketingových kampaní z pohledu udržitelnosti. V posledním bloku pak představil novinky v bannerové i video reklamě.

Jirka také zmínil, jak jde udržitelnosti naproti Seznam. Podle nástroje Scope 3 oproti průměrnému znečištění 156 g CO_2 per mile způsobenému RTB komunikací dosahujeme na českém trhu třetinových hodnot. S důrazem na udržitelnost jsme budovali i naše nová datacentra.

Highlighty letošního Adform Summitu

V rámci konference jsme měli možnost vyslechnout si i další zajímavé příspěvky od špiček v oboru. Generální ředitel Adformu Troels Jensen se podělil o nejnovější trendy v programatické reklamě a přiblížil, jak Adform podporuje mezinárodní růst v této oblasti. Dalším významným bodem programu byla prezentace Violy Kaigerové a Marka Pohanky z české centrály Adform, kteří si pro hosty připravili prezentaci na téma FLOW New Features.

Velkým tématem byla také cookieless budoucnost, o které se zmínil téměř každý prezentující. Andreas Sierts z Adformu a Lukáš Šmol z CPExu vyhodnotili, že český trh je na postupné omezování cookies třetích stran dobře připravený. Jejich závěry podpořila případová studie pro klienta Big Shock, kterou společně prezentovali Martin Palounek z Publicis Groupe a František Kovařík z CPExu. Ukázali, jak efektivně využít Czech Ad ID při práci nejen s FMCG klientem.

Jako každý rok nechyběl ani zástupce společnosti Vision Thing, Richard Němec. Ten ve svém vystoupení představil reklamní novinky v DOOH. Spolu s Lucií Poláškovou ze Sazky pak ukázali, jak lze pomocí QR kódů do kampaně aktivně zapojit diváky přímo před obrazovkou, a tím zvýšit jejich interakci.

Fotogalerie

Adform Summit očima Seznamáků

Aneta Richterová, Konzultant RTB Senior:

„Letošní Adform Summit byl opět nabitý kvalitními prezentacemi a skvělými řečníky. Čeští zástupci Adformu představili nové funkce ve Flow Adform takovým způsobem, že i my, kteří platformu nevyužíváme, jsme se snadno zorientovali a udrželi pozornost. Obohacující pro mě byla i prezentace Andrease Siertse, který se věnoval tématu úbytku cookies třetích stran a nabídl globálnější pohled na tuto problematiku. Bylo zajímavé vidět přístupy dalších hráčů na trhu a pochopit, jak do tohoto řešení zapadá i Seznam. Dále mě zaujaly dvě případovky – Sazka ve spolupráci s Vision Thing a Publicis s projektem pro klienta Big Shock. Za mě povedená akce, ze které si odnáším plno poznatků.“

Radek Vrána, Specialista DMP:

„Hlavním tématem akce byl (ne)konec cookies třetích stran. Z prezentací a případovek vyplynulo, že český trh je na budoucnost bez cookies dobře připravený, a to díky využívání 1st party dat nebo Czech Ad ID. Ve finále nás cookies spíše brzdí, než aby nám pomáhaly, zaznělo v prezentaci Martina Palounka. Dalším žhavým tématem byla udržitelnost reklamních kampaní, především snižování uhlíkové stopy, kde Adform zaujímá proaktivní a úspěšný přístup. A pak určitě inspirativní spolupráce Vision Thing a Sazky, která ukázala, jak využít QR kódy v DOOH reklamě, aby lidé mohli na sdělení okamžitě reagovat a zapojit se do soutěží.“

Jan Kuchař, Manažer týmu RTB konzultací:

„Jak moc je pro Adform český trh důležitý, potvrdil hned na úvod svou přednáškou CEO Troels Jensen, který kromě globálních trendů v programatické reklamě zmínil, jak moc se změnilo UI Adformu za posledních pár let od představení Adform Flow nebo ID Fusion. Vypíchl bych také přednášku od Andrease Siertse, která se věnovala identitě uživatelů a práci s 1st party identifikátory teď a v budoucnu. Zaujala mě i roadmapa Adformu pro rok 2025 od Michala Popeláře, konkrétně pro klienty užitečná sekce Plánování, která na základě požadavků klienta nebo agentury dokáže navrhnout optimální řešení v display i video kampaních. V neposlední řadě chci zmínit také přednášku Františka Kováříka z CPExu a Martina Palounka z Publicisu, kteří prezentovali case study s klientem Big Shock a nákup Czech Ad IDs na cookieless trafficu. Adform Summit celkově hodnotím jako nejpřínosnější programatickou konferenci v Česku, a to jak z pohledu organizace, tak i množství užitečných informací, které na ní zazněly.“

Za tým RTB Aneta Richterová

https://blog.seznam.cz/2024/10/adform-summit-2024-se-zameril-na-omnichannel-pristup-i-budoucnost-bez-cookies