



PRESSEMITTEILUNG
München, September 2017

Werbung zielgruppengerecht und automatisiert ausspielen Seminar „Programmatic Advertising“ im Oktober in Berlin

Programmatic Advertising wird als einer der Erfolgsfaktoren für das Mediabusiness der Zukunft gesehen. Denn die softwarebasierte Methode erlaubt es, Werbung automatisch zu buchen und auf Basis von Nutzerdaten zielgruppengerecht auszuspielen. Vor diesem Hintergrund veranstaltet die **Akademie der Deutschen Medien** am **11. Oktober 2017** den Kurs **„Programmatic Advertising“** in Berlin. Das Seminar erläutert die wichtigsten Methoden und Fachbegriffe des Programmatic Advertising und die dahinter stehenden Technologien. Die Teilnehmer lernen die grundlegenden Tools und Techniken für die Gestaltung und Steuerung von datengetriebenen Marketingkampagnen kennen und erfahren, wie sie Programmatic Advertising im Unternehmen umsetzen können.

Unser Referent Ralf Scharnhorst (Experte für Online-Mediaplanung) beantwortet im Seminar dazu u.a. folgende Fragen: Wie verändern sich durch Programmatic Advertising die Planungs- und Einkaufsprozesse von Werbeflächen? Wie sieht die technische Umsetzung aus und welche Voraussetzungen müssen dafür erfüllt sein? Welche Einsatzmöglichkeiten für Programmatic Advertising gibt es – sowohl online als auch bei klassischen Medien? Wie lässt sich Programmatic Advertising im eigenen Unternehmen einführen und wann lohnt sich der neue Vermarktungstrend? Welche Datenquellen können genutzt werden? Und wie kann der Erfolg von Programmatic Advertising für das eigene Marketing gemessen und überprüft werden?

Das Seminar richtet sich an Fach- und Führungskräfte aus werbungtreibenden Unternehmen, Medienhäusern, Agenturen und von Marketing-Dienstleistern, die für den Einkauf von Werbeflächen in digitalen Medien verantwortlich sind, sowie Publisher und Inhalte-Anbieter, die mit Programmatic Advertising die Monetarisierung ihrer Werbeflächen verbessern möchten.

Weitere Informationen und Anmeldung:

<https://www.medien-akademie.de/seminarangebot/programmatic-advertising/>

Ansprechpartnerin

Ann-Kathrin Huber
Junior Programm-Managerin
Akademie der Deutschen Medien
80333 München
Tel. 089-29 19 53-65
Ann-Kathrin.Huber@medien-akademie.de

Über die Akademie der Deutschen Medien

Die gemeinnützige Akademie der Deutschen Medien zählt mit rund 4.000 Teilnehmern pro Jahr zu den führenden Medienakademien in Deutschland. Mit ihrem Seminar- und Tagungsprogramm hat sie sich als zentraler Ansprechpartner für qualifizierte Weiterbildung rund um Medien, Medien-management, Digitalisierung, E-Business und Online-Marketing etabliert. Zu den Gesellschaftern der Akademie der Deutschen Medien gehören Bertelsmann SE & Co. KGaA, Bonnier Media Deutschland GmbH, Ernst Klett Verlag GmbH, Franz Cornelsen Bildungsholding GmbH & Co. KG, Springer Verlag GmbH, Verlagsgruppe Beltz | Julius Beltz GmbH & Co. KG, Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH, Verlagsgruppe Random House GmbH, VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG und WEKA Holding GmbH & Co. KG. Zudem unterstützt das Bayerische Staatsministerium für Bildung und Kultus, Wissenschaft und Kunst die Akademie. Diese breite Trägerschaft bietet Freiraum für differenzierte Programmarbeit und umfassende Seminarangebote in allen Kernbereichen des Media- und E-Business. www.medien-akademie.de