

Agenda 2018

 **9:00** Trailer

Od second screen po blockchain: gdzie kończy się zajawka, a zaczyna biznes? Bańki, sukcesy i przyczajone technologie z rynku multiscreen.

Joanna Nowakowska, Wojciech Kowalczyk, ScreenLovers

 **9:45** S03 E01

Najgorętsze formaty ze świata: przegląd programów, które podbijają serca widzów i budżety marketerów na światowych rynkach.

Virginia Mouseler, The Wit

 **10:25** S03 E02

Polski Serial w Nowym (Wspaniałym) Świecie Formatów TV.

Maciej Kubicki, Telemark

Marcin Kubawski, scenarzysta

 **10:45** S03 E03

Jak kręcić w tym sezonie? O dobrze zmierzonych inwestycjach w branded content.

Małgorzata Słycań i Łukasz Kotdys, Wavemaker

 **11:05** przerwa kawowa

 **11:15** S03 E04

Krótki przewodnik po tworzeniu reklam wideo z perspektywy ekonomii behawioralnej (i z Byronem Sharpem w tle).

Julia Kotodko, ekonomistka behawioralna

 **11:35** S03 E05

Witajcie w czasach SVOD! Premiera badania Projekt Cyfrowizja IV agencji Wavemaker i dyskusja na temat przyszłości subskrypcji na rynku wideo.

Vadim Makarenko, szef Wyborcza.tech

Maciej Gozdowski, Player

Maciej Bral, FOX Networks Group

Michał Kozicki, HBO Polska

Agenda 2018 c. d.



12:10 S03 E06

Czy serwisy OTT spijają śmietankę z inwestycji telekomów? Refleksja nad potrzebą regulacji rynku OTT.

Marcin Cichy, prezes UKE



12:20 03 E07

Czy rynek out-of-home czeka video-boom? O cyfrowym OOH i miejscu audiowizualnej reklamy w tym segmencie.

Michał Maciuk i Czarek Sochacki, Move TV



12:40 S03 E08

Dlaczego internetowe wideo nie sprzedaje? Konstruktywnie o powodach rozczarowań niektórych reklamodawców kampaniami VOD.

Iwona Piwek, YouTube (Google)



13:00 S03 E09

Jak sprzedaje internetowe wideo? Analiza roli programmatic video w consumer journey.

Anna Gruszka, IPG Mediabrands



13:20 przerwa obiadowa



14:00 S03 E10

Między nami gigantami: dyskusja o skutkach koncentracji na rynku mediów, zmianie relacji klient-agencja i trendach zakupowych.

Stanisław Janowski, Polsat Media

Anna Klimek, Stars

Arkadiusz Marszałek, Google Polska

Dariusz Maciołek, BGŻ BNP Paribas

Daria Sacha, Wavemaker/GroupM

Iwona Jaśkiewicz - Kundera, Publicis Media



14:35 S03 E11

5 kampanii wideo, których zazdrościć konkurencji – przegląd realizacji, które chwyciły go za serce i rozum.

Marek Gonsior, Agata

Agenda 2018 c. d.

 **14:55** S03E12

W pułapce niskiego CPP: czy cena punktu powinna być jedyną miarą sukcesu kampanii telewizyjnej?

Mariusz Kukwa, Dentsu

 **15:15** przerwa kawowa

 **15:30** S03E13

To se nevrati? O Atmediach, lekcji, która płynie z historii najnowszej spółki i widokach na zmianę układu brokerskich sił.

Maria Wajda, Atmedia

 **15:50** S03E14

Marketerzy briefują. Czego oczekuję od dostawców reklamy multiscreen? Zwiążły brief dla agencji i biur reklamy wideo.

Monika Michael, adidas

Łukasz Borak, Volvo

Wioleta Nowak, Żabka

 **16:15** S03E15

Nowe wspaniałe sposoby kupowania telewizji, które podejrzenie wolno podbijają rynek – możliwości i przyszłość addressable TV.

Jarosław Denejka i Michał Buszko, GroupM

 **16:35** S03E16

Youtuberzy go nienawidzą. Odkrył niejeden prosty trick, jak mydlą oczy marketerom.

Wojtek Kardys, Good For You

 **16:50** S03E17

Where words fail, music speaks – o pozyskiwaniu muzyki do spotów reklamowych.

Knud Brock, Upright Music

