

WHITEREPORT  
CROSS-MEDIA BUSINESS INTELLIGENCE

ADAT-  
VÉDELEM/  
STRATÉGIA

FENNTART-  
HATÓSÁG

CÉLZÁS  
COOKIE-K  
NÉLKÜL

MÉRÉS

GAZDASÁGI  
KÖRNYEZET

# WHITEREPORT MASTERCLASS

MARKETING- ÉS MÉDIAVEZETŐKNEK

# ELŐSZÓ

A marketing- és médiavezetők folyamatos nyomás alatt állnak. Ehhez 2023-ban olyan plusz **globális hatások is társulnak mint a 3. feles cookiek Google Chromeból kivezetése 2024-ben** és ezzel a kampányhatékonyság radikális csökkenésének kockázata, vagy a **fenntarthatósági agenda, amely a reklám- és médiapiacot** nemzetközi szinten már megmozgatta, Magyarországon azonban még gyerekcipőben jár.

A **WHITEREPORT MASTERCLASS 2023** öt fő kulcstéma köré csoportosul, amelyek az IAB Europe 2023 februári nemzetközi kutatása szerint a legfontosabb kihívások a digitális reklámpiacon, hogy a hazai marketing- és médiavezetők a lényegre fókuszálva és a nemzetközi trendekhez igazodva tudjanak helyi szinten jobban teljesíteni.

- **A top 5 téma közül a “célzás cookie nélkül” a Google bejelentése miatt azonnali sürgősségűvé vált:** a Google 2024 1. negyedévében elkezdni tesztelni az új targetálási megoldásait és 2024 q4-ben teljesen kivezeti a 3. feles cookie mai változatát: [Google will disable third-party cookies for 1% of Chrome users in Q1 2024.](#)
- A Google Privacy Sandbox új megoldásainak hatásával kapcsolatban nehéz előre látni, de **korábbi piaci információk szerint az online kampányok hatékonysága 5-50% közötti mértékben csökkenhet (közeledve a mainstream médiumok meddőszórásához).**
- Ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy egy **új, független adatstratégia kialakítását nem érdemes tovább halasztani.**

## MI A WHITEREPORT MASTERCLASS?

A **WHITEREPORT MASTERCLASS 2023** egy **félnapos (5 órás), nemzetközi szintű, interaktív tréning egy-egy cég számára** hazai és nemzetközi tudásanyaggal szakmai és üzleti döntéshozók számára marketing- és médiatéren. A masterclass tartalmaz egy előkészítő konzultációt telefonon/online, illetve egy follow-up konzultációt is hibrid/írásos formában, ezzel is erősítve a testre szabottságot és hatékonyságot.

A **WHITEREPORT MASTERCLASS 2023** olyan témákról szól, amelyek kiemelten fontosak (lásd IAB-felmérés), de nem feltétlenül vannak (még) a hazai marketing- és médiavezetők prioritáslistájának az elején.

A **WHITEREPORT MASTERCLASS 2023** célja, hogy a felsorolt öt témában a résztvevő számára **stratégiai szintű információkat**, „**actionable insight**”-okat adjon át, amely rövidtávon is versenyelőnyt jelent a Masterclassban részt vevő cég számára.

**WHITEREPORT MASTERCLASS 2023** előnye nem csak a függetlenség nemzetközi kitekintéssel tudásátadással, de az is, hogy a Mediaspace.global szakmai platform révén benne vagyunk a globális szakmai párbeszédekben, így reményeink szerint olyan **új megközelítéseket is hozunk, amelyek még nincsenek benne a szakmai köztudatban**, ezáltal plusz versenyelőny kovácsolható (például a kampányoptimalizálás és fenntarthatóság ötvözése, first-party adatstratégiai lehetőségek stb.).

A **WHITEREPORT MASTERCLASS 2023** formátuma:

- **Kiscsoportos** (ideális: 6 résztvevő egy adott cégtől)
- **Hibrid képzés:** személyesen a megbízó irodájában, kivéve a londoni szakértőnket, aki valószínűleg online jelentkezik be).
- **Facilitátor:** Incze Kinga, a Whitereport és Mediaspace.global alapítója



## TOP 5 TÉMA

A **WHITEREPORT MASTERCLASS 2023** öt fő kulcstéma köré csoportosul, amelyek az IAB Europe 2023 februári nemzetközi kutatása szerint a legfontosabb kihívások a digitális reklámpiacon (prioritási sorrendben):

1. Célzás cookiek nélkül
2. Mérés
3. Fenntarthatóság (a reklám- és médiapiacon)
4. Adatvédelem, adatstratégia
5. Gazdasági környezet

## SZAKÉRTŐINK



**Sophie Toth**

**AdTech**

Ex-Euronews, Ex-Economist  
The Women in  
Programmatic Network,  
társalapító (London)



**Incze Kinga**

**Adat, piac**

Ex-Universal McCann  
Whitereport.hu,  
Mediaspace.global  
(Budapest – London)



**Kallós András**

**Marketing & adatjog**

Ex-Coca-Cola, Ex-  
Microsoft  
Adatszajértő  
(Budapest)

## VÁZLATOS TARTALOM: 0. BLOKK (1 ÓRA)

**Előzetes egyeztetés** telefonon/online

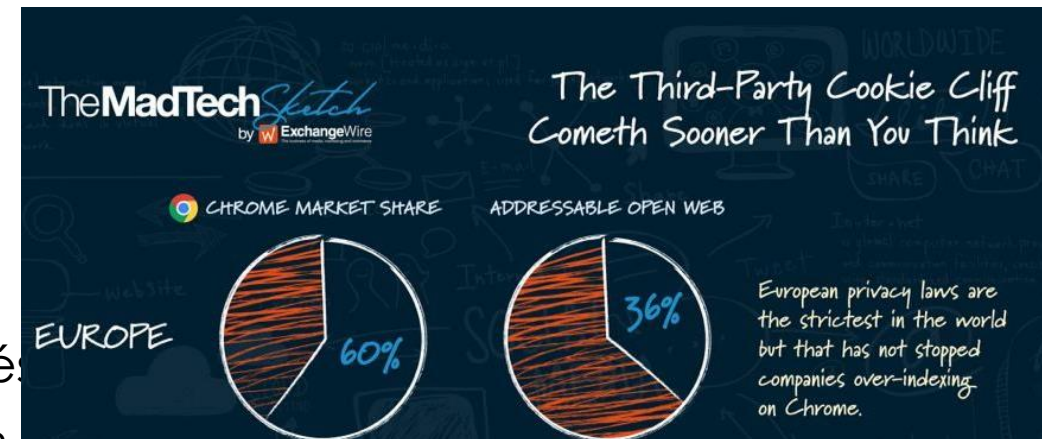
- A cégen belüli prioritásokról
- A résztvevők szakterületéről (marketing, PR, online sales, egyéb kapcsolódó területek miatt jó tudni a résztvevők háttérét)



# 1. BLOKK: „COOKIEMENTES” ÉRA

## Célzás cookiek nélkül

- A „big picture”: A GDPR és terjedő privacy-törvények dominóhatása
- Iparági reakciók (IAB TCF), a Google Privacy Sandbox és új világ: félúton a tömegmédiá és hipertargetálás közt?
- Alternatívák, avagy kampányhatékonyság-csökkenés helyett lehet-e előnyt kovácsolni a helyzetből? (elsőfeles adatok, anonimizálási lehetőségek, kontextuális targetálás, AI-adtech-innovációk stb.)



## 2. BLOKK: ADATVÉDELEM ÉS ADATSTRATÉGIA

- A GDPR mint versenyelőny: 'Privacy by design'- elvek és gyakorlati lehetőségek
- Mit jelent az adatstratégia?
- Adatstratégia-építési alapok
- First-party adatok mint kiemelt stratégiai pillér és lehetőségek ad sales és hirdetői oldalon
- Hogyan hat a Google 3. feles sütikivezetés a médiatulajdonosokra és hogyan lehet a versenyhátrányból előnyt kovácsolni?

## 3. BLOKK: FENNTARTHATÓSÁG, GAZDASÁGI KÖRNYEZET, MÉRÉS

### Fenntarthatóság (a reklám- és médiapiacon)

- Nemzetközi szakmai kezdeményezések: AdNetzero, ClimateCharter, IAB Sustainability Study
- Megközelítések: a környezetvédőktől a profitvédőkig & mérés-csökkentés
- Hazai státusz, versenyelőny generálása

### Gazdasági környezet

- Makrogazdasági nemzetközi hatások
- Whitereport Top100 médiacég pénzügyi trendjei, makroszintű netnet költési trendek (Kantar bnn)
- Digitális transzformáció a médiapiacon (connected/addressable tévé, köztér fejlődéséről a gazdasági/reklámpiaci trendek fényében)

## Mérés

- Iparági mérések: hazai mérési körkép, változások és a bennük rejlő lehetőségek
- Nemzetközi mérési újdonságok: attention metrics, Share-of-Search megközelítés, a sustainability és a kampányoptimalizálás optimális találkozása stb.
- Az offline médiatípusok digitalizációjához kapcsolódó mérések (addressable TV, digital OOH, cross-media measurement) és lehetőségek

### Time for marketers to lead the media measurement debate at Future of Brands



## VÁZLATOS TARTALOM: FOLLOW-UP BLOKK

**A megbeszélte témákban felmerült kérdésekre** válaszok írásban és/vagy szóban a masterclass után 1 héten belül.

## Bevezető-kedvcsináló rövidvideó a Sustainability in the media and advertising space: a

Mediaspace.global márciusi  
online global networking session  
összegzése (klikk a képre)





## A WHITEREPORT MASTERCLASS DÍJA ÉS EGYÉB KONDÍCIÓK

**2023. november 30-**ig történő megrendelés és 2023-as teljesítés esetén

- Hirdetőknek: 2,2 millió Ft + áfa
  - Ügynökségeknek, médiatulajdonosoknak: 4,4 millió Ft + áfa
  - Egyéb szervezeteknek egyedi ár, multikliens-jellegüktől függően
- Fizetési ütemezés: 50% szerződéskötéskor, 50% teljesítés után. Megrendelés emailben.

### Egyéb

A Whitereport Masterclass anyaga bizalmas, 3. félnek nem adható át.

Amennyiben ez történik, a multiklient ár válik érvényessé. A workshopról felvétel nem készíthető.

A szerzői jogok a White Media Kft-t és együttműködőit illetik.

# KAPCSOLAT & KÖVETKEZŐ LÉPÉSEK

**Incze Kinga**

**[Kinga.incze@whitereport.global](mailto:Kinga.incze@whitereport.global)**

**+36 20 9236 406**

**WHITEREPORT**  
CROSS-MEDIA BUSINESS INTELLIGENCE