

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 2024-ben olyan plusz **globális hatások is társulnak mint a 3. feles cookiek kivezetése a Google Chromeból** 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 **WHIREPORT MASTERCLASS 2024** 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” azonnali sürgősségű:** a Google 2024 1. negyedévében elkezdte 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 előrelátni, 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 2024** egy **félnapos (5 órás), nemzetközi szintű, interaktív tréning cégeknek**, 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 a hatékonyságot.

A **WHITEREPORT MASTERCLASS 2024** 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 2024** célja, hogy a felsorolt öt témában a résztvevők számára **stratégiai szintű információkat, „actionable insight”-okat** adjon át, amelyek rövidtávon is versenyelőnyt jelentenek a Masterclassban részt vevő cég számára.

WHITEREPORT MASTERCLASS 2024 előnye nem csak a függetlenség nemzetközi kitekintéssel és 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 2024** 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 cookie-k 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)

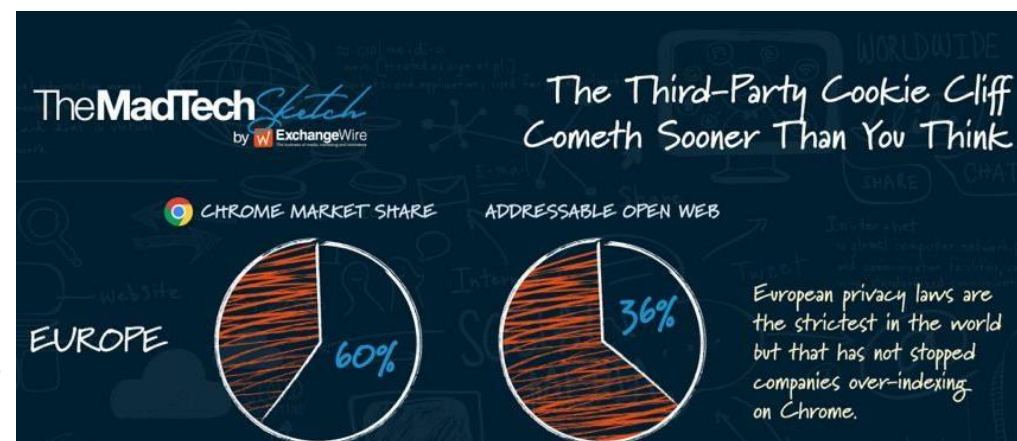
Előzetes egyeztetés telefonon/online

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

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 profitvédőig & 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

ÁRAK:

2024. március 31-ig történő megrendelés esetén

- Hirdetőknek: listaár 2,75 millió Ft + áfa
- Ügynökségeknek, médiatulajdonosoknak: listaár: 5,5 millió Ft + áfa
- Egyéb szervezeteknek egyedi ár, multikliens-jellegüktől függően

Fizetési ütemezés: 50% szerződéskötéskor, 50% teljesítés után. Megrendelés emailben.

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

+20 9 236 406

WHITEREPORT
CROSS-MEDIA BUSINESS INTELLIGENCE