



BAM, la Belgian Association of Marketing, est la plus grande association de marketing de Belgique. BAM est une communauté ouverte qui a rassemblé les membres, les initiatives et expertises de STIMA, BDMA et IAB Belgium pour créer une nouvelle plateforme de contacts et d'échanges unique. C'est pourquoi BAM est l'endroit où les professionnels du marketing peuvent se rencontrer et échanger les informations les plus récentes sur les derniers développements en marketing.

- Durant les formations et les workshops de BAM vous serez inspiré par des collègues expérimentés qui partageront leur expertise.
- Les très nombreuses activités telles que les congrès, séminaires, voyages d'étude et remises de prix vous permettront d'échanger, d'être conseillé et de vous-même partager votre expérience. Chez BAM vous trouverez inspiration, connaissance et partage.
- Les Marketing HUBS sont au cœur de BAM. En participant à l'un des HUBS vous ferez partie d'un groupe de réflexion énergique spécialisé dans un domaine spécifique du marketing.
- En tant que marketer expérimenté, mais aussi comme novice, vous avez accès à des études, du matériel de référence online, des livres et des communiqués de presse.

BAM contribue ainsi à créer et entretenir des relations durables, et positionne à nouveau le marketing au centre de l'organisation sous la devise meaningful marketing.

“ Belgian Association of Marketing ”  
**MEET - SHARE - LEARN**

## WHAT ABOUT PROGRAMMATIC

### # workshop

#### **Le programmatique: qu'est-ce que c'est, pour qui, comment.**

*La publicité sur les plateformes digitales est en constante évolution, et il en va de même pour les modes d'achat. Selon la dernière étude Matrix réalisée par BAM, 1/3 des investissements se font aujourd'hui en achat programmatique lorsqu'il s'agit de publicités display ou vidéo. Plus de 50% si l'on considère également le search et les réseaux sociaux. Il est donc devenu indispensable pour tout professionnel du marketing et de la communication de comprendre les enjeux du programmatique dans le contexte de son entreprise ainsi que les défis et opportunités qui y sont liés.*

*La formation « What About programmatic » est conçue pour être une introduction à la publicité programmatique tant pour les annonceurs que pour les éditeurs et les agences. Elle s'adresse ainsi à tous ceux et celles qui souhaitent acquérir rapidement la maîtrise des termes programmatiques clés (SSP, DSP, DMP, ...), avoir la connaissance des différents modèles d'achat programmatique qui existent pour leur entreprise, comprendre pourquoi elle est en croissance et comment elle peut être utilisée.*

*L'objectif de ce workshop est de comprendre le rôle et la place du programmatique dans l'écosystème de l'achat d'espace média en ligne et plus largement l'impact dans la stratégie marketing/communication de la marque.*

#### **Participants**

Ce workshop s'adresse à tous les professionnels du marketing et de la communication (annonceurs, éditeurs, agences) qui souhaitent maîtriser les bases du programmatique. Ce programme ne s'adresse donc pas à un public advanced ni adops.

#### **Coordinateur du workshop**

Luc Eeckhout, Directeur Phimedia

#### **Que vous apporte ce workshop?**

- Connaître le programmatique et ce qu'il représente pour votre business.
- Comment en parler et vous accorder avec vos partenaires internes et externes

#### **FORMATEURS**

KAREL GOETHALS // Digital Operations Director, Mediabrands

DAX VERCAUTEREN // Commercial Director Benelux, Adform

## Session 1

- > Definitie van programmatic: SSP, DSP, trading desk ... wat is dat?
- > Wanneer automated buying programmatic wordt met het toevoegen van data
- > Noties van aankoop in real time, floor price, guaranteed, RTB, etc ...
- > Overzicht van beschikbare tools op de Belgische markt

*Formateur: Dax Vercauteren (NL)*

## Session 2

- > Programmatic tools : notion de SSP et DSP, trading desk... comment cela fonctionne ?
- > Brand Safety, ad fraud, ... quels sont les pièges à éviter et comment les éviter (Moat,...)

*Formateur: TBC (FR)*

## Session 3

- > Programmatic aankoop: hoe doe je dat?
- > De onmisbare ingrediënten om een campagne in programmatic te programmeren
- > Hoe de campagne doelstellingen definiëren?
- > Hoe de briefing naar het agentschap structureren?
- > Hoe de effectiviteit van mijn programmatic campagne meten? Welke zijn de relevante KPI's?

*Formateur: Karel Goethals(NL)*

- > Format court
- > Des réponses claires, des recommandations concrètes
- > Ce que vous apprenez peut être mis directement en pratique

1 midi // 13h30 - 17h00  
€ 245 (excl. 21% TVA)  
€ 170 (excl. 21% TVA) pour les membres BAM



Lieu: BAM - Roularta Conference Center - Zellik

Les formations de BAM sont données par des marketeers actifs en entreprise et sélectionnés sur base de leur expertise. Vous pourrez ainsi travailler avec les méthodologies les plus actuelles et les mettre directement en pratique.

**INSCRIPTIONS**  
[www.marketing.be/agenda](http://www.marketing.be/agenda)

Des questions? Vous désirez plus d'informations sur les formations et les workshops, et savoir ce qui correspond le mieux à votre profil et à vos projets ?  
Pascale Cambie, Director BAM=LEARN  
(02)234.54.03 [pascale.cambie@marketing.be](mailto:pascale.cambie@marketing.be)