



XIV INNOVATION DAY: Publicidad digital y Data

El 2 de julio de 2019 se celebró en la Biblioteca Pública Municipal Eugenio Trías de Madrid una nueva edición del Innovation Day dedicada a la publicidad digital y los datos, con la participación de los siguientes ponentes:

Manuel Páez. ADOBE. Head of Advertising Cloud BU Spain & Portugal
Publicidad programática una visión holística.

Juan Antonio Muñoz-Gallego. LINICOM
Chief of Strategy Business Development y y Co-fundador de [FAQFRAUD](#)

Rafael Martínez. DENTSU AEGIS NETWORK
Programmatic leader and Head of Ammet Iberia & SSA.
Monetización transparente y programática. "La desinformación y transparencia que trae la compra programática... pasado, presente y futuro. Cara a cara interactivo con la visión del anunciante y la agencia"

Borja Fernández. SEEDTAG. Country Manager
En la era del contenido visual, Seedtag permite hacer llegar mensajes integrando la publicidad dentro de las imágenes, previamente analizadas.
El futuro de la publicidad en un mundo conectado. "La velocidad de transformación en todos los ámbitos es exponencial gracias a los avances tecnológicos, en una futura realidad conectada, ¿qué puede marcar tendencia?"

Rafael González Palencia. UPDAY Editor in Chief Spain/Portugal
Upday for Samsung.

Maylis Chevalier. OUTBRAIN. Head of Business Development
Branded content y Smart Feed

Nicolas Lamas. S2i Consejero Delegado
S2i Monitor (S2i & PiperLab). "Estrategias en la comercialización publicitaria desde la inteligencia de los datos y hacia un modelo de valor. S2i Monitor: Análisis de la competencia digital, solución de analítica predictiva, evolución de tendencias".
S2i es el software de gestión de la publicidad utilizado por numerosos medios de comunicación (Hearst, Axel Springer, Zinet, MotorPress, Maxilaris, Diario de León, Semana, etc.)

Rosario Borrego, NPEOPLE Research and Product Director

Con el patrocinio de

Las acciones de marketing digital son más eficaces mediante el uso continuo de los datos. Es necesario conocer cómo los usuarios interactúan con los contenidos, la publicidad y otros elementos para optimizar y conseguir que la estrategia maximice los resultados en el entorno digital.

Media Data Center: “Estamos en la era de los datos, en la que la información fluye entre equipos de trabajo y áreas de negocio de las empresas siendo el motor que impulsa y sustenta la toma de decisiones estratégicas. Requerir de un conocimiento especializado en una multitud y heterogeneidad de fuentes de procedencia de los datos, no puede ser un freno en el uso y gestión del Data”.

Con el patrocinio de

