

Erfolgreicher AdTech-Besuch



Denise Tripalo-Cavero
Senior Ad Operations
Manager
mediatonic

In einer Atmosphäre wie bei einer Klassenfahrt reiste ein Großteil des Digitalteams von mediatonic am 28. und 29. September nach Vilnius, um den Haupt-AdTech-Stack der Agentur AdForm zu besuchen.

Matthieu Robert, Co-Owner & Head of Digital von mediatonic, reiste zusammen mit zwei digitalen Mediaplanern, drei RTB-Spezialisten (Real-time Bidding) und drei AdOps-Spezialisten nach Litauen, um ein zweitägiges, komprimiertes Aus- und Weiterbildungsprogramm zu absolvieren.

An diesem ersten Tag haben wir die Themen DCO (Dynamic Content Optimisation) und DMP (Data Management Platform) mit Spezialisten für jedes Thema durchlaufen, bevor das Team auf unseren Wunsch hin in zwei Arbeitsgruppen aufgeteilt wurde: Das RTB-Team sah sich die

DCO und DMP im Detail und in der Anwendung an, und das AdOps-Team wurde von AdForm-Spezialisten zu Themen wie Site-Tracking und Reporting betreut. Der Tag endete mit etwas Zeit für unser jeweiliges Tagesgeschäft und einem angenehmen Abend, bei dem wir mit unserem Gastgeber zunächst eine Stadtführung durch Vilnius machten und dann ein gemütliches Abendessen verbrachten.

Unser Aufenthalt in Vilnius war eine außergewöhnliche Erfahrung, sowohl auf menschlicher als auch auf beruflicher Ebene. Die von den Adform-Spezialisten geleiteten Meetings waren äußerst zufriedenstellend, und ich habe sie besonders genossen. Wir hatten die Gelegenheit, unsere spezifischen Herausforderungen zu diskutieren sowie praktische Lösungen zur Verbesserung unserer täglichen Aufgaben zu finden. Dieser Austausch hat unser Verständnis der Adform-Plattform vertieft und neue Ideen zur Optimierung unserer verschiedenen Kampagnenstrukturen und Reportings hervorgebracht.

Manuel Leston
Ad Operations Consultant

Im Hauptquartier von AdForm in der litauischen Hauptstadt arbeiten etwa 300 der insgesamt etwas mehr als 650 Mitarbeiter, die in 29 Büros auf der ganzen Welt aktiv sind. Das litauische Team empfing uns sehr herzlich, und wir wurden von zwei Mitarbeitern willkommen geheißen, die ihren Stolz über unsere Anwesenheit zum Ausdruck brachten und uns durch die sieben Stockwerke des Gebäudes führten, wobei sie uns die verschiedenen Bereiche und Abteilungen vorstellten. Es folgte eine eher traditionelle Geschäftspräsentation mit sachlichen Informationen über die Leistungsfähigkeit von AdForm als Unternehmen, seine RTB-Positionierung und seine Vision für die nahe Zukunft, insbesondere eine Welt ohne 3rd-Party-Cookies, in der sich AdForm als Plattformvorreiter und Akteur mit Fokus auf 1st-Party-Daten profiliert.

Am zweiten Tag erhielten wir einen Einblick in die Tricks und Kniffe bei der Nutzung der neuen AdForm-Plattform FLOW, eine kreative Präsentation über die Möglichkeiten von AdForm und anschließend einen Überblick über die neuen Produkte und Funktionen, die AdForm in Zukunft anbieten wird - jedes Mal von anderen Referenten, die jeweils Spezialisten auf ihrem Gebiet sind.

Am Nachmittag hatten wir ein Zeitfenster, um uns unseren täglichen Aufgaben zu widmen und die Kampagnenstarts unserer Kunden vorzubereiten. Hierfür stellte uns AdForm einen ganzen Raum im Obergeschoss ihres Freizeitbereiches zur Verfügung, in dem sich dann einige von uns nach ihren Verpflichtungen ein paar Tischtennisbälle um die Ohren hauten.



Ein inhaltsreicher und kooperativer Aufenthalt mit unserem AdTech-Partner AdForm, der aufgrund seiner Qualität und der herzlichen litauischen Gastfreundschaft in gemeinsamer Erinnerung bleiben wird.

Diese Erfahrung war sehr bereichernd! Es war toll, das Team von Adform, dem DSP, mit dem ich täglich zusammenarbeite, zu treffen und sich mit ihm auszutauschen. Die Schulungen und Workshops, die für uns organisiert wurden, waren sehr informativ und inspirierend. Besonders interessant fand ich das wirklich tiefgehende Eintauchen in die Optimierung von Dynamic Creatives (DCOs), bei denen ein Spezialist aus ihrem Team das volle Potenzial des Tools demonstrierte. Dazu gab es viele praktische Tipps zur Optimierung von DCOs, die uns sicherlich helfen werden, noch bessere Ergebnisse bei der Erstellung von DCOs zu erzielen. Darüber hinaus hatten wir die Möglichkeit, unsere Meinung zur Plattform zu äußern, und es war bemerkenswert, wie sehr das Team unsere Kommentare schätzte und offen für unsere Anmerkungen war. Ihre Bereitschaft, an der Verbesserung ihrer Plattform zu arbeiten, um uns die beste Nutzererfahrung bieten zu können, ist bewundernswert.

Maria Katergi
Programmatic Executive

