

AGENDA

9:00 AM	Registration <i>Credenciamento</i>	
9:30 AM	Painel 1 <i>Panel 1</i>	Dilema do varejista: participar de uma rede de anúncios ou criar a própria? <i>Retailer conundrum: join an ad network or create your own?</i> <ul style="list-style-type: none"> Fatores motivadores para criar redes de retail media <i>Drivers to create retail media networks</i> Vantagens das redes anúncios de varejistas globais <i>Advantages of global retail ad networks</i> O futuro dos varejistas de pequenas e médias empresas (SMB) <i>The future of SMB retailers</i>
10:15 AM	Painel 2 <i>Panel 2</i>	O caminho para retail media programática <i>The path to programmatic retail media</i> <ul style="list-style-type: none"> Padronização e medição aprimorada <i>Standardization and enhanced measurement</i> Integração com DSPs e SSPs <i>Integration with DSPs and SSPs</i> O desafio programático omnicanal <i>The omnichannel programmatic challenge</i>
11:00 AM	Coffee break & Networking	
11:30 AM	Painel 3 <i>Panel 3</i>	Integração do "social commerce" e redes de retail media <i>Integration of "social commerce" and retail media networks</i> <ul style="list-style-type: none"> Plataformas de anúncios de "compras por busca" <i>"Search shopping" ads platforms</i> Mídias sociais e de retail pagas <i>Paid social and retail media</i> As integrações valem a pena o esforço? <i>Are integrations worth the effort?</i>
12:15 PM	Painel 4 <i>Panel 4</i>	O desafio da atribuição confiável <i>The challenge of reliable attribution</i> <ul style="list-style-type: none"> Questões de dados e privacidade enfrentadas por varejistas, marcas e agências <i>Data & privacy issues facing retailers, brands and agencies</i> Medindo a eficácia das campanhas de retail media <i>Measuring the effectiveness of retail media campaigns</i> Data clean rooms e retail media <i>Data clean rooms and retail media</i>

1:00 PM	Almoço & Networking <i>Lunch & Networking</i>	
2:00 PM	Painel 5 <i>Panel 5</i>	Retail media para serviços e novas verticais <i>Retail media for services and new verticals</i> <ul style="list-style-type: none"> • Financial media, mídia de delivery, transporte, hotelaria e viagem <i>Financial, delivery, transportation, hotels and travel media</i> • O poder dos dados first-party nos anúncios hipersegmentados <i>The power of first-party data in hyper-targeted advertising</i> • Explorando o potencial de novas fontes de receita <i>Exploring the potential of new revenue streams</i>
2:45 PM	Painel 6 <i>Panel 6</i>	Integração 360: a chave para o sucesso omnicanal <i>360 integration: key to omnichannel success</i> <ul style="list-style-type: none"> • Novas tecnologias e medições de anúncios in-store <i>New in-store ad tech & measurement</i> • As chaves para o sucesso do omnicanal <i>Keys to omnichannel success</i> • Interagindo com clientes e ganhando a atenção deles <i>Interacting with customers and gaining their attention</i>
3:30PM	Painel 7 <i>Panel 7</i>	Tendências de inovação em Retail media <i>Innovation trends in retail media</i> <ul style="list-style-type: none"> • Experiência de compras personalizadas data-driven <i>Data-driven personalized shopping experiences</i> • Estratégias omnicanal para diferentes jornadas do consumidor <i>Omnichannel strategies for a seamless customer journey</i> • O crescimento do social commerce e marketing de influência <i>The rise of social commerce and influencer marketing</i>
4:15 PM	Caffeine Connect	