

ABA & WFA

Agenda para 2019



8 Princípios da Carta Global de Mídia

1. Tolerância zero à fraude nos anúncios com compensação por qualquer violação
2. Incentivo às práticas de segurança de marca
3. Limites mínimos de viewability
4. Transparência em toda a cadeia de suprimentos
5. Verificação e auditoria de terceiros como requisito mínimo
6. Abordagem de questões de “walled garden”
7. Melhora nos padrões de transparência de dados
8. Melhorar da experiência do usuário

Temas da WFA para 2019

5 Previsões de Marketing da WFA para 2019

1. Diversidade na Publicidade - #UnstereotypeAlliance
2. As agências In-House
3. A voz das equipes de Sourcing
4. Senso crítico em relação ao Marketing inovador
5. Transparência de Mídia

4 Previsões Políticas da WFA para 2019

6. GDPR em escala global – LGPD no Brasil
7. Auto-regulamentação de anúncios de bebidas alcoólicas
8. O fim do marketing de alimentos como o conhecemos?
9. Publicidade para Público Infantil

Assuntos Adicionais

10. Ad Fraud, Blockchain, Fake News e Brand Safety
11. Modelos de Remuneração de Agências de Mídia
12. Inteligência Artificial
13. Publicidade Programática
14. Viewability

Temas Estratégicos ABA 2020

1. Protagonismo Colaborativo da ABA
2. A Próxima Geração de Comunicadores e Profissionais de Marketing: Construção do Padrão de Excelência
3. Consumo Consciente
4. A Tecnologia e seu Impacto na Comunicação & Marketing
5. O Futuro Modelo de Comunicação & Marketing
6. Marketing de Conteúdo, Relevância e Engajamento

Agendas dos Comitês ABA

1. Branding & Conteúdo

Marketing de Conteúdo, Relevância e Engajamento

- Diversidade na Publicidade - #UnstereotypeAlliance
- Senso crítico em relação ao Marketing inovador
- Inteligência Artificial

2. Comunicação

Marketing de Conteúdo, Relevância e Engajamento

- Diversidade na publicidade
- Senso crítico em relação ao Marketing inovador
- Inteligência Artificial

3. Consumer Experience

Protagonismo Colaborativo da ABA

- O fim do marketing de alimentos como o conhecemos?
- Inteligência Artificial

4. Insights

A Próxima Geração de Comunicadores e Profissionais de Marketing: Construção do Padrão de Excelência

- Diversidade na publicidade
- Senso crítico em relação ao Marketing inovador
- Inteligência Artificial

5. Jurídico

Consumo Consciente

- Diversidade na publicidade
- “GDPR em escala global – LGPD no Brasil”
- Publicidade para Público Infantil
- Auto-regulamentação de anúncios de bebidas alcoólicas
- O fim do marketing de alimentos como o conhecemos?

6. Mídia

A Próxima Geração de Comunicadores e Profissionais de Marketing: Construção do Padrão de Excelência

- A Tecnologia e seu Impacto na Comunicação & Marketing
- Transparência de Mídia
- Ad Fraud, Blockchain, Fake News e Brand Safety
- Publicidade Programática
- Viewability
- As agências In-House

7. Relações Governamentais

Consumo Consciente

- Publicidade para Público Infantil
- Auto-regulamentação de anúncios de bebidas alcoólicas
- O fim do marketing de alimentos como o conhecemos?

8. Sourcing

O Futuro Modelo de Comunicação & Marketing

- A voz das equipes de Sourcing
- Modelos de Remuneração de Agências de Mídia
- A Próxima Geração de Comunicadores e Profissionais de Marketing: Construção do Padrão de Excelência
- Inteligência Artificial
- As agências In-House

9. Trade & Retail

A Tecnologia e seu Impacto na Comunicação & Marketing

- O fim do marketing de alimentos como o conhecemos?
- Inteligência Artificial