

iab. <sup>ar</sup>

iab. <sup>cl</sup>

iab. <sup>COLOMBIA</sup>

iab. <sup>méxico</sup>

iab. <sup>peru</sup>

iab. <sup>uy</sup>

**iab.** **BEYOND  
DIGITAL**  
LATINOAMÉRICA CONSTRUYENDO NUEVAS REALIDADES

6, 7 y 8 DE SEPTIEMBRE 2022

[www.iabeyonddigital.com](http://www.iabeyonddigital.com)

# CALL FOR SPEAKERS

Postulación de Keynotes y  
Digital Talks

**iab.** **BEYOND  
DIGITAL**  
LATINOAMÉRICA CONSTRUYENDO NUEVAS REALIDADES



En 2021 por primera vez en la historia de Latinoamérica, los capítulos de IAB Argentina, Chile, Colombia, México, Perú y Uruguay se unieron para construir esta plataforma que busca poner **una mirada a la evolución del ecosistema de Publicidad Digital y Marketing Interactivo**, como una iniciativa de alcance regional y un esfuerzo para complementar sus actividades locales.

## Highlights IAB Beyond Digital 2021

**7,721** Usuarios registrados totales

**5,614** Asistentes únicos participando en vivo

**1,812** Asistentes únicos en Webinars  
Rumbo a Beyond Digital

**6,746** Usuarios únicos totales

Contenido On Demand disponible para usuarios registrados: **3 Sep - 30 Noviembre**



"Felices de apoyar al IAB en la región, como siempre. Cuenten con nosotros para sus iniciativas al futuro".

**MAREN LAU**  
Regional VP LATAM  
Facebook



"I very much enjoyed being a part of this conference. I followed some of the social media exchanges related to the event, and it was great to see such strong engagement from attendees. This is such an important initiative and it looked like an incredible roster of speakers."

**TOM FISHBURNE**



"It was a total pleasure to be part of the event, and to launch our new global study within the LatAm region. Look forward to seeing you again soon, whether virtually, or maybe even in person"

**DUNCAN SOUTHGATE**  
Director, Media  
Domain de Kantar



"It was a pleasure and I had some lovely conversations with delegates afterward on Insta, so it was a delight to know the content was enjoyed. Let's do it all again soon and in person!!"

**KEN HUGHES**  
Leading Consumer & Shopper  
Behaviouralist, CX Strategist



**CHARLIE SHAW**

Director General  
**IAB Argentina**



**RODRIGO SAAVEDRA**

Director General  
**IAB Chile**



**OLGA BRITTO**

Directora General  
**IAB Colombia**



**GABRIEL RICHAUD**

Director General  
**IAB México**



**BEATRIZ HERNÁNDEZ**

Directora General  
**IAB Perú**



**CAROLINA DE LEÓN**

Directora General  
**IAB Uruguay**

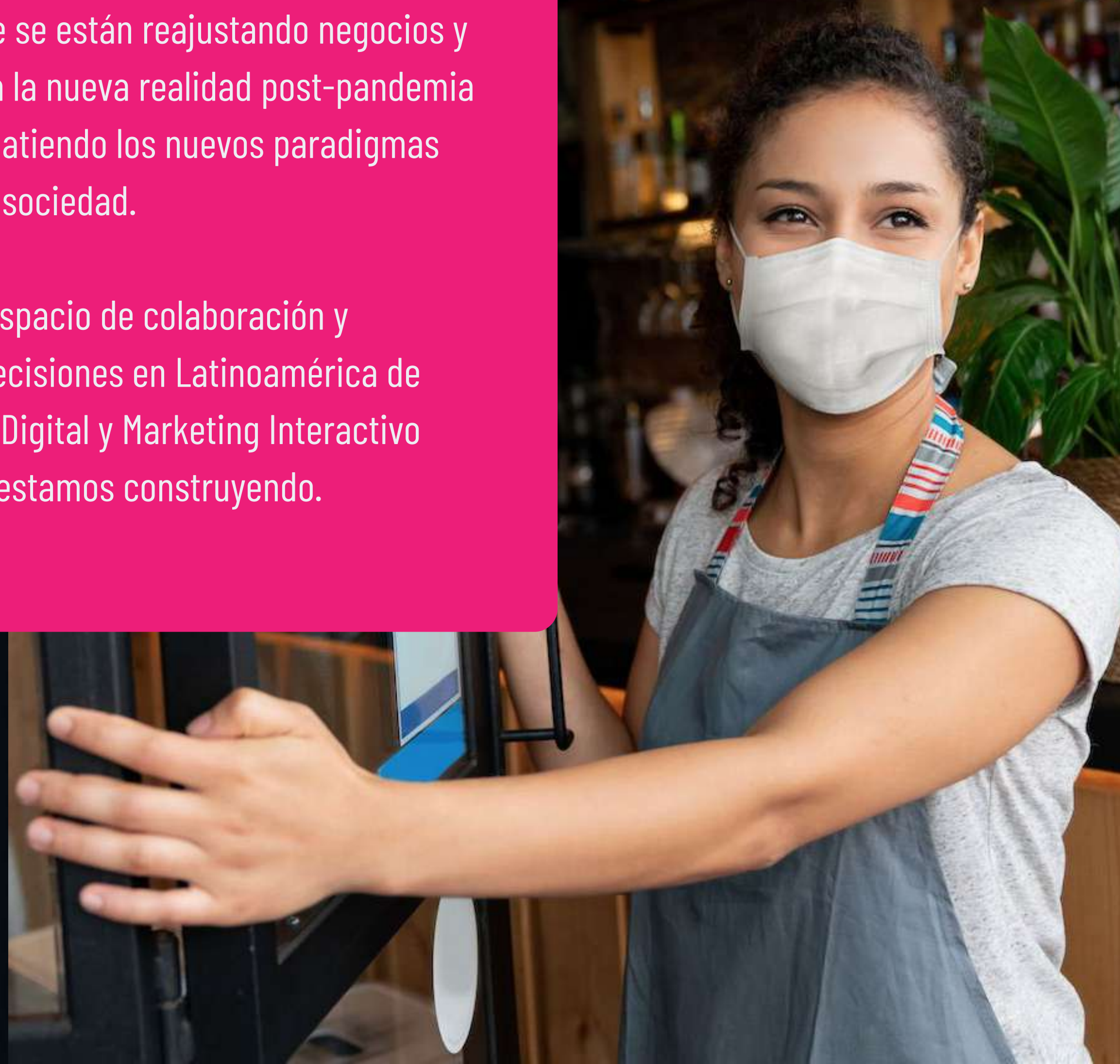
**iab. BEYOND DIGITAL**  
LATINOAMÉRICA CONSTRUYENDO NUEVAS REALIDADES

Gracias al apoyo y confianza que nos han brindado socios, conferencistas y patrocinadores es que ha sido posible unir a América Latina en una plataforma co-creada por toda la industria de Publicidad Digital y Marketing Interactivo, en el que hemos buscado construir una visión estratégica de cómo la tecnología, datos y contenidos están transformando la relación entre marcas y personas

Es nuestro deseo como Directores de los capítulos de IAB Argentina, Chile, Colombia, México, Perú y Uruguay que este punto de encuentro siga evolucionando para complementar las iniciativas que desarrollamos a nivel local aportando valor a todo el ecosistema.

2022 es un año emblemático en el que se están reajustando negocios y marcas a los supuestos de lo que será la nueva realidad post-pandemia y de la que se están discutiendo y debatiendo los nuevos paradigmas que marcarán la dinámica de nuestra sociedad.

**IAB BEYOND DIGITAL** busca abrir un espacio de colaboración y aprendizaje entre los tomadores de decisiones en Latinoamérica de toda la cadena de valor de Publicidad Digital y Marketing Interactivo ante los tiempos que vienen y que ya estamos construyendo.



# POSTULACIÓN KEYNOTES

Los keynotes son espacios para que líderes destacados compartan con la audiencia, **en forma agnóstica y no comercial**, su visión de los grandes temas que están transformando en un entorno digital la relación entre marcas, consumidores y a la sociedad en su conjunto. Buscamos conferencistas con perfil de liderazgo para ampliar la visión estratégica e innovadora del uso de plataformas y formatos digitales.





# POSTULACIÓN KEYNOTES

Estas personalidades deben tener la capacidad de transmitir su **motivación, creatividad y pasión** para hacer las cosas diferentes dentro del entorno de la publicidad digital y el marketing interactivo.

Los Keynotes deberán inspirar a la audiencia a reflexionar sobre cómo las empresas y la sociedad pueden transformarse cuando utilizan la tecnología como herramienta para la creatividad e innovación.

# POSTULACIÓN

## KEYNOTE

Para postular a un Keynote Speaker es importante considerar lo siguiente:

- Ser un reconocido líder global y/o regional en temas de publicidad/ marketing/transformación digital.
- Ser un destacado líder de opinión de la industria.
- Autor de libro, artículo o ensayo en temas de publicidad/ marketing/transformación digital.
- Creador de conceptos o líneas de pensamiento.
- Experiencia como speaker en foros internacionales.
- Tener disponibilidad de fechas (6, 7 y 8 de septiembre).



**DURACIÓN**  
**CHARLA:**  
**30 MIN**

# POSTULACIÓN DIGITAL TALKS

Las Digital Talks son espacios **agnósticos y no comerciales**, para dar a conocer lo último en Publicidad Digital y Marketing Interactivo por lo que los conferencistas deben tener un amplio y profundo conocimiento del contenido a tratar.



# POSTULACIÓN DIGITAL TALKS

Para postular un speaker a las Digital Talks es importante considerar lo siguiente:

- Ser experto en un área específica de las señaladas.
- Ser reconocido a nivel regional en alguna de las temáticas propuestas.
- Tener experiencia como conferencista en foros nacionales o internacionales.
- Tener disponibilidad de fechas (6, 7 y 8 de septiembre).



**DURACIÓN  
DIGITAL TALKS:  
20 MIN**

iab.

# BEYOND DIGITAL

LATINOAMÉRICA CONSTRUYENDO NUEVAS REALIDADES

## LOS 9 GRANDES EJES TEMÁTICOS:

1

Content

2

Talento y Competencias Digitales

3

Ecommerce / Direct to Consumer  
Economy

4

Data

5

Marketing Technologies

6

UX/CX

7

Internet for good

8

Creatividad

9

Privacidad y Personalización



# 1 TEMAS PARA LAS PONENCIAS CONTENT

Exponer las estrategias de creación de contenido, los recursos necesarios, los formatos recomendables y las métricas que guiarán a las campañas de content marketing.

## POSIBLES TEMÁTICAS PARA ABORDAR:

- ROI & Contenido en un entorno digital.
- Estrategias de creación de contenidos y experiencias en un entorno Digital.
- Brand safety y la creación de contenido.
- Gestión de Influencers /Advocacy.
- Publishers explorando nuevos esquemas de monetización de audiencias
- Herramientas para implementar estrategias de content: Audio Digital, Video, AR / VR, Sitios, APPS, Connected TV, entre otros.
- Branded Content.
- Cambios en la industria enfocados a content, bajo el contexto COVID - 19.
- Branded Content vs Content Marketing – definiciones y diferencias entre cada uno.
- Los mitos y la importancia de los backlinks

TEMAS PARA LAS PONENCIAS

# 2 TALENTO Y COMPETENCIAS DIGITALES

Ahondar en las habilidades tanto técnicas como blandas que debe tener en la actualidad un profesional que quiera desempeñarse de la mejor manera en las áreas de publicidad, marketing y negocios digitales, para estar a la vanguardia y cumplir con el rol que requieren las empresas.

## POSIBLES TEMÁTICAS PARA ABORDAR:

- Nuevas habilidades para liderar equipos online.
- Como vender en la virtualidad.
- Powerfull skills.
- Incorporación de nuevas habilidades/profesiones (data, estadística, etc).
- Nuevas generaciones – cambio de las reglas del juego.
- Convivencia laboral entre distintas generaciones.
- Trabajo remoto, cultura y competencias para el talento digital.
- Nuevos talentos: cómo crear lugares de trabajo inclusivos y orientados a un propósito que se adapten a las necesidades cambiantes del mercado de talento actual.

TEMAS PARA LAS PONENCIAS

# 3 ECOMMERCE/ DIRECT TO CONSUMER ECONOMY

Presentar las principales tendencias para que las marcas puedan llegar a sus audiencias de manera directa por el canal online, contemplando la experiencia del usuario para facilitarle el proceso de compra.

## POSIBLES TEMÁTICAS PARA ABORDAR:

- Traslado de tiendas físicas a virtuales. Phygital.
- Enfoque en el cliente.
- Retail Media.
- Insight sales – rol del vendedor online.
- Comercio conversacional.
- RRSS como medios de pago.
- Publicidad drive to store.
- Mobile commerce



## TEMAS PARA LAS PONENCIAS

# 4 DATA

Presentar metodologías para generar insights y toma de decisiones a partir de interpretación de datos, optimizando esfuerzos de marketing digital.

### POSIBLES TEMÁTICAS PARA ABORDAR:

- Cambios en el ecosistema de publicidad digital a partir de la eliminación de third party cookies.
- Big Data: Gestión de datos para el área de Marketing y Publicidad.
- CX: Cómo el marketing centrado en el consumidor se beneficia de una estrategia alimentada por data.
- Dando los primeros pasos en Marketing Data Science.
- La autorregulación y la gestión de los datos
- Data Mining.
- Omnichannel.
- Blockchain: Tecnología y sus diferentes aplicaciones.
- Tendencias con Data Driven Marketing.
- Cambios en la industria enfocados a data, bajo el contexto COVID - 19.
- Iniciativa PRAM.

TEMAS PARA LAS PONECIAS

# 5 MARKETING TECHNOLOGIES

Mostrar el potencial de las herramientas tecnológicas para aprovechar las oportunidades y optimizar el contacto con los nuevos consumidores a partir de la innovación.

## POSIBLES TEMÁTICAS PARA ABORDAR:

- Machine Learning e Inteligencia Artificial.
- Marketing automation.
- Experiencias móviles: Experiencia de valor para el consumidor aprovechando la movilidad y personalización de herramientas.
- Más allá de la Publicidad Programática. ¿Cuáles son los retos actuales y que esperar a futuro?
- Tecnologías de marketing emergentes ¿Cuáles son y cómo evaluarlas?
- Programmatic TV.
- Digital OOH.
- Cambios en la industria enfocados a marketing technologies, bajo el contexto COVID - 19.
- E-Sports / Gaming.
- Tecnologías flexibles en tiempos cambiantes
- Tecnologías en las diferentes industrias: FinTech, PropTech, HealthTech, EduTech, etc

TEMAS PARA LAS PONENCIAS

## 6 UX/CX

Analizar el conjunto de factores y elementos relativos a la interacción del usuario y el consumidor en busca de la construcción de una experiencia memorable que le permita a las marcas tener un acercamiento significativo y positivo con sus audiencias.

### POSIBLES TEMÁTICAS PARA ABORDAR:

- Omnicanalidad: Comprendiendo el Customer Journey y su relación con UX
- ¿Cómo las estrategias basadas en UX impactan al negocio?
- Design Thinking
- Formas de calcular el ROI en UX
- Cómo medir la usabilidad y la experiencia del usuario
- Evolución y tendencias de UX
- Omnicanalidad: cómo podemos llegar a una verdadera medición de canales cruzados y crear un futuro omnicanal que tenga como núcleo una direccionalidad centrada en la privacidad y en el consumidor.
- Generación Z: entender a los próximos consumidores para tomar decisiones e implementar las campañas correctas

TEMAS PARA LAS PONECIAS

# 7 INTERNET FOR GOOD

Profundizar en las diferentes posibilidades que ofrece internet como herramienta para que las marcas saquen el mayor provecho desde la perspectiva de responsabilidad social / Ambiental, que se ha convertido en un gran objetivo y propósito para ellas.

## POSIBLES TEMÁTICAS PARA ABORDAR:

- Open, free, democratized internet
- Meaningful brands.
- El rol de la publicidad promoviendo la equidad de género, la inclusión de poblaciones vulnerables
- Uso ético y socialmente responsable de Internet
- Digital Wellbeing
- Fintechs y las posibilidad para poblaciones no bancarizadas
- Oportunidades y desafíos del metaverso
- NTFs y Crypto
- Educación
- DAOs: qué son y cómo funcionan
- Emprendimiento: cómo las herramientas tecnológicas pueden ayudar a los emprendedores a romper las barreras geográficas, alcanzar nuevos clientes y crear comunidades de valores e intereses compartidos (start ups?)

TEMAS PARA LAS PONENCIAS

## 8 CREATIVIDAD

Observar la creatividad como la capacidad de crear asociaciones entre nuevas ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales. La creatividad como "pensamiento original", la "imaginación constructiva", el "pensamiento divergente" llevado hacia la creación/solución o propuesta para la construcción de marcas.

### POSIBLES TEMÁTICAS PARA ABORDAR:

- Creatividad inspirada en la data, una evolución de la publicidad digital
- Creatividad y tecnologías de marketing. ¿Cómo evaluar las tecnologías existentes?
- Creatividad y creación de contenido en un ambiente digital, un integrador de experiencias
- La evolución de los servicios creativos en las agencias que evolucionan en un ambiente digital

TEMAS PARA LAS PONECIAS

## 9 PRIVACIDAD Y PERSONALIZACIÓN

Analizar las alternativas para capturar y medir datos de los usuarios en un mundo cookieless, respetando las actuales políticas y normas, sin afectar la experiencia personalizada a la que las marcas y los usuarios se han venido acostumbrando desde hace algún tiempo.

### POSIBLES TEMÁTICAS PARA ABORDAR:

- Conceptos básicos para entender GDPR
- Nuevas funcionalidades para medir y obtener insights que sí cumplan con las normativas de privacidad.
- Iniciativas para superar la brecha entre la expectativa del cliente y la confianza en la marca para ofrecer experiencias digitales
- Cómo mantener la personalización de los mensajes publicitarios en un ambiente de privacidad cada vez más exigente
- La relevancia que toma la first-party-data en un mundo cookieless
- Qué son y cómo funcionan los Walled Gardens.
- La importancia de las tecnologías contextuales frente a la transición a un ecosistema con la privacidad del usuario como foco

# REQUISITOS DE POSTULACIÓN

Para postular a un **Keynote Speaker** o ponente en las **Digital Talks**, tomar en cuenta lo siguiente:

- Tener disponibilidad en la fecha del evento.
- Todas las presentaciones se realizarán de manera virtual.
- Las presentaciones deben ser agnósticas y neutrales, sin contenidos comerciales

## FECHA DE RECEPCIÓN DE PROPUESTAS

Hasta el 15 de mayo

- Nombre completo, puesto y empresa.
- Datos de contacto.
- Fotografía en alta resolución.
- Semblanza / Short Bio.
- Título de la Conferencia.
- Abstract de la Conferencia.
- Videos de conferencias en las que hayas participado.
- Redes Sociales.

## EVALUACIÓN DE PROPUESTAS

Del 16 de mayo  
al 15 de junio

**POSTÚLATE AQUÍ**



**iab.** **BEYOND  
DIGITAL**  
LATINOAMÉRICA CONSTRUYENDO NUEVAS REALIDADES

**6, 7 y 8 DE SEPTIEMBRE 2022**  
[www.iabeyonddigital.com](http://www.iabeyonddigital.com)

**iab.**ar

**iab.**cl

**iab.**COLOMBIA

**iab.**méxico

**iab.**peru

**iab.**uy  
Bureau Uruguayo de Publicidad Interactiva