

# Skraćeni zapisnik sastanka Uprave Odbora IAB Croatia

Datum: 20. rujna 2023.

Prisutni: Dunja Ivana Ballon, Maja Baumschabel, Vanja Bertalan, Anđela Buljan Šiber, Rajna Cuculić, Kristina Laco i Jelena Fiškuš

## 1. Osnovan Research Hub IAB-a Croatia

Istraživači digitalne industrije, među kojima su u članstvu IAB-a Croatia AGB Nielsen Audience Measurement Croatia, Ipsos Hrvatska te Valicon Hrvatska, imaju specijalizirana pitanja i teme vezane uz područje rada, zbog čega je s njima osnovan [Research Hub IAB-a Croatia](#). Ovo je prilika koja će istraživačima u Hrvatskoj omogućiti prostor za napredak i razgovor o relevantnim temama te unapređenje na tržištu. Teme i budući projekti, svojstveni ključnim pitanjima struke, definirat će se na inicijativu članova Huba, o čemu se govorilo na inicijalnom sastanku članova Research Huba, gdje su oblikovali okvirni plan rada te slijedi konkretiziranje prvih aktivnosti skupine. Research Hub predstavlja sada već sedmu radnu skupinu IAB-a Croatia, a koje su posvećene nizu pitanja domaće digitalne industrije – kao što su radna skupina za online media AdEx; native oglašavanje; DOOH oglašavanje; pažnju u digitalnom marketingu; (samo)regulaciju; kolačiće treće strane. Članovi IAB-a Croatia, osim što se mogu priključiti radnim skupinama, uvijek su dobrodošli i sa svojim prijedlozima i inicijativama.

## 2. Pred objavom su čak dvije nove smjernice: pažnja u digitalnom marketingu i kolačići treće strane

Nakon višemjesečnog pregledavanja i analiziranja dokumenta [The IAB Europe's Guide to Attention in Digital Marketing](#), članovi radne skupine IAB-a Croatia nadležni za ovu temu – Mia Lasić (Addiko Bank), Anja Burčak (Wiener osiguranje), Josip Balek (mmb media agentur), Marko Jambrešić (Dentsu), Damjan Planinc (Teads), Saša Milinović (OMD) i Matija Vučković (Eskimi) – održali su sastanak za usklađivanje komentara kako bi završni tekst nadolazećih smjernica IAB-a Croatia bio što kvalitetniji i relevantniji za hrvatsko digitalno tržište. Sada dokument prelazi u fazu prilagodbe i prijevoda, nakon čega će članovi još jednom detaljno hrvatski tekst proučiti, evaluirati i finalizirati kako bi bio spreman za objavu krajem ove godine. Isto tako, radna skupina za kolačiće treće strane – koju čine Mario Frančesević (SeekandHit), Marko Jambrešić (Dentsu), Marko Mikeš (Httpool) i Saša Milinović (OMD) – trenutno pregledava prevedeni tekst smjernica, koje će se dotaknuti cookieless svijeta, alternativnih identifikatora te savjeta kako se pripremiti na budućnost bez kolačića treće strane.

## 3. Nova sezona e-Dilema IAB-a Croatia odjeknula na LinkedInu

Nakon izrazito dobre recepcije serijala kolumni kojima članovi IAB-a Croatia pronicu u niz važnih pitanja kojima se bavi domaća digitalna zajednica, novu je sezonu e-Dilema by IAB Croatia otvorila kolumna o [DOOH oglašavanju](#), gdje su Dean Udatny (Go2Digital) i Irena Petek (Studio Nexus) podijelili svoja razmišljanja o ovoj vrsti oglašavanja, a objasnili su i koje su njegove prednosti i jedinstvene kvalitete. Druga se kolumna dotakla [chatbotova i umjetne inteligencije](#), a raspravu su ovoga puta vodili stručnjaci Luka Lukčić (Atlantic Grupa) i Jan Štedul (Mindsmiths). S obzirom na širok spektar komunikacijskih kanala, tehnoloških mogućnosti i dostupnosti informacija, objasnili su kako najlakše izaći korisniku u susret te otkrili koje su se metode njima pokazale ključnima i postoji li raskorak između toga što korisnici najviše vole i što brendovi mogu i žele ponuditi. U trećem smo izdanju diskutirali o [odanosti korisnika](#) pokušavajući naći odgovore na relevantna pitanja – s obzirom na kompetitivnost sadašnjeg tržišta, koliko je ključna odanost korisnika? Koji su najlakši načini kojima privlačite kako korisnike brendova s kojima radite tako i klijente u vlastitom poslovanju; koliko je potrebno truda da ih dugoročno zadržite? Postoji li neko nepisano pravilo kada su u pitanju tuđi korisnici ili je sve dopušteno? Iz perspektive oglašivača prema korisnicima svoje uvide je podijelila Anja Ivanetić (Erste&Steiermärkische Bank), dok smo o agencijskoj perspektivi razgovarali s Mladenkom Tomić (Fabula). Svi cjeloviti tekstovi e-Dilema nalaze se na [LinkedIn profilu IAB-a Croatia](#), koji možete zapratiti kako biste bili u toku sa svim sljedećim izdanjima.

#### 4. Sve je spremno za 14. izdanje MIXX Awards Croatia

Na sastancima [Organizacijskog odbora digitalnog natjecanja MIXX](#) (Daniel Ackermann, Dunja Ivana Ballon, Anđela Buljan Šiber, Mario Frančesević, Đuro Korać i Saša Škorić) radilo se na finaliziranju nove sezone MIXX-a. Od novih smjernica za prijavitelje preko novih kategorija do ažuriranog Pravilnika, četrnaesto će izdanje nacionalnog natjecanja digitalnih kampanja i alata/platformi ponovno profesionalizirati i unaprijediti natjecanje u skladu s promjenama na digitalnom tržištu. Otvorenje prijava očekuje se sredinom listopada.

#### 5. Stručnjaci IAB-a Croatia na Weekend Media Festivalu

Na Weekend Media Festivalu organizirali smo panel diskusiju o planiranju medijskih investicija uz pomoć novih tehnologija i još neiskorištenih metrika mjerenja učinkovitosti kampanja. U Rovinju su se još jednom okupili medijski stručnjaci IAB-a Croatia kako bi razgovarali o novom području medijskog poslovanja, što je u dvoranu Pepermint Lounge privuklo velik broj marketingaša diljem industrije. Na panelu naziva [Media 2.0: Tehnološka paradigma planiranja medijskih investicija](#) sudjelovali su Damjan Planinc (Teads), Kaspars Driks (RTB House) i Mia Lasić (Addiko Bank), a razgovor se odvio pod moderatorskom palicom Borisa Zatezala (Httpool). Predviđanja ROI-ja, napredna alokacija resursa i njihova real-time optimizacija samo su neke od tema o kojima su raspravljali, a publici su objasnili kako to iskoristiti za egzaktan pristup dostizanja ciljane publike i za postizanje najboljih rezultata u budućnosti. Dotaknuli su se promjena koje donosi rapidan razvoj tehnologije i dali svoje prijedloge kako iskoristiti njihov puni potencijal, skrećući sudionicima pozornost na teme poput digitalizacije usluga diljem industrije, kolačića treće strane i pažnje korisnika.

#### 6. Suradnja s festivalom tehnologije i poduzetništva Split Tech City

Budući da fluktuacija talenta u suvremenom poslovnom okruženju ima značajan utjecaj na karijere mladih digitalaca, DUMP Udruga mladih programera organizirala je panel ["Zašto i kako \(ne\) počinjati karijeru u IT sektoru tijekom krize?"](#) na festivalu [Split Tech City](#). U diskusiji je sudjelovala Dunja Ivana Ballon kao direktorica IAB-a Croatia, a zajedno s ostalim panelistima – Markom Barićem (Marcatng), Antoniom Perić-Mažar (Locastic) i Natašom Kapov Kostovski (Mentoring Byte) – dali su savjete kako uopće započeti karijeru u programiranju, dizajnu i marketingu, ima li u tvrtkama trenutno mjesta za juniore, čime popuniti CV prije prvog radnog iskustva, ima li smisla volontirati, kako se pripremiti na razgovor za posao i sl. Ovime smo započeli suradnju i dugoročno partnerstvo sa Split Tech Cityjem, s kojima zajedno planiramo raditi u kontekstu podrške mladim talentima digitalne industrije.

#### 7. Rast članstva se nastavlja

Neuralab i ENNA su se prijavili za članstvo u Odboru IAB Croatia, te je njihova prijava jednoglasno prihvaćena od strane članova Uprave – čime IAB Croatia, sa sadašnjih [94 člana](#), nastavlja demonstrirati izvanredan trend rastućeg interesa za pridruživanjem IAB kolektivu. Ova nova članstva svjedoče o pozitivnoj dinamici i želji tvrtki da budu aktivni sudionici i doprinose razvoju digitalne industrije u Hrvatskoj, a IAB Croatia je i dalje izuzetno ponosan na kontinuirani rast i utjecaj u industriji. Očekujemo odličnu suradnju s Neuralabom i ENNA-om te njihov doprinos našem zajedničkom cilju unaprijeđenja digitalnog marketinga i komunikacije u zemlji.

#### 8. Vijesti članica

Tijekom proteklih mjeseci prenijeli smo vijesti članova koje možete pratiti na društvenim mrežama IAB-a Croatia: [Facebook](#) stranice i [LinkedIn](#) profila. Podijelili smo vijest o četvrtom izdanju Digital Labina, koju organizira [Lloyds digital](#). Konferencija je bila obilježena predavanjima međunarodnih digitalnih stručnjaka, razmjenjivanjem iskustava i usvajanjem najnovijih trendova, a članovi IAB-a Croatia ostvarili su poseban popust na kotizacije. [Valicon](#) je objavio svoje novo istraživanje potrošačkih navika, koje još jednom donosi detaljan i temeljit pregled stanja na tržištu na području jugoistočne Europe. [Kontra digital](#) pozvala je članove IAB-a Croatia na Marketing Meetup s novom digitalnom temom – *Kako smo gradili tržište digitalnog marketinga u Hrvatskoj?* naziv je panela gdje će pioniri hrvatske digitalne scene otkriti kako su gradili digitalni marketing dok je internet još bio u povojima. Sve vas i ovom prilikom pozivamo da dijelite svoje vijesti i novosti putem IAB-ovih kanala.

## 9. Besplatne edukacije za članove

Radi povećanja kapitala znanja članova te posljedično i tržišta, svakom smo članu Odbora IAB Croatia omogućili po jednu besplatnu kotizaciju za [HOWtoWOW akademiju](#) koja se održava uživo u Zagrebu. Akademija uključuje šest poludnevnih radionica na različite teme važne svim digitalcima i ostalim komunikatorima: AI, future ready mindset, storytelling, employer branding i poboljšanje liderskih vještina, među kojima članovi mogu birati. Vrijednost ovih poklon kotizacija iznosi gotovo dvadeset tisuća eura, a investicija će biti pokrivena iz postojećih sredstava. Do sada su održane dvije radionice čiji rezultati visoko kotiraju s odličnim ocjenama i preporukom svih sudionika.

Dodatno smo članove pozvali na niz besplatnih webinaru i edukacija, poput digitalnih inovacija u startup svijetu na webinaru [IAB Europe's Digital Innovation: Start-Up Spotlight](#); ulozi retail media u novoj eri oglašavanja na [Retail Media Webinar: The Next Wave of Advertising](#); izbornim pravima u digitalno doba uživo u Bruxellesu na [European Elections: Rights and Risks in the Digital Public Space](#); povjerenju i transparentnosti u digitalnom oglašavanju na online edukaciji [The Great Debate – Trust and Transparency](#); unapređivanju marketinga koristeći umjetnu inteligenciju na webinaru [How to Use AI to Your Marketing Advantage](#), čija je snimka još uvijek [dostupna](#).

Zapisnik sastavio: Marin Vlainić, Project Coordinator