

Novi Glosar Digital Out-of-Home oglašavanja IAB-a **Croatia** obuhvaća ključnu DOOH terminologiju

Digital Out-of-Home (DOOH) oglašavanje danas je prisutno u gotovo svim oblicima i veličinama, u velikim i malim formatima, a može se naći u javnim prostorima, gusto naseljenim gradskim područjima, uz...



Digital Out-of-Home (DOOH) oglašavanje danas je prisutno u gotovo svim oblicima i veličinama, u velikim i malim formatima, a može se naći u javnim prostorima, gusto naseljenim gradskim područjima, uz autoceste i privatne objekte. Njegova sve veća zastupljenost prepoznata je i u strukovnoj zajednici izdavanjem Smjernica za Digital Out-of-Home oglašavanje IAB-a **Croatia**, prvog dokumenta na domaćem tržištu koji obuhvaća informacije o formatima, planiranju i zakupu, kao i najboljim praksama DOOH oglašavanja. Inicijativa kojoj je cilj unapređenje digitalnih praksi nastavljena je i izdavanjem novoga dokumenta – Glosara Digital Out-of-Home oglašavanja IAB-a **Croatia**. U ime IAB-a **Croatia**, hrvatske podružnice organizacije IAB Global Network koja okuplja svjetsko tržište digitalnog marketinga i kreira globalne tržišne standarde, ovaj pregled najvažnijih pojmova DOOH oglašavanja izradila je Radna skupina IAB-a **Croatia** za digitalno out-of-home oglašavanje: Dean Udatny (Go2Digital), Irena Andučić Selthofer (Real grupa), Ivo Knežević (Erste banka),

Irena Petek (Studio Nexus), uz vanjsku pomoć Maše Savićević. Cilj je glosara učiniti DOOH više dostupnim agencijama i oglašivačima, a istovremeno poboljšati transparentnost i održivost ovog rastućeg industrijskog sektora. Industrija oglašavanja posljednjih godina značajno raste te je evoluirala do točke u kojoj se oglašavanje sve više kupuje automatizirano i programatski, stoga je u IAB-u **Croatia** prepoznata potreba za njegovom standardizacijom i razvojem skupa međuindustrijskih standarda. „DOOH industrija raste već desetinu godinu zaredom, preuzimajući primat na OOH-u i podižući cijelu industriju novitetima i inovacijama. Izradom potpuno novog dokumenta DOOH Glosara, nakon prošlogodišnjih Smjernica za Digital Out-of-Home, ponovo podižemo letvicu za Digital Out-of-Home industriju, u kojoj se stvari neprestano mijenjaju i inoviraju te je izuzetno bitno da imamo kontinuitet koji prati rast tržišta“, poručio je Dean Udatny (direktor marketinga, Go2Digital), član radne skupine IAB-a **Croatia** za DOOH oglašavanje. Prednosti su DOOH-a full-motion video, dinamični sadržaj u stvarnom vremenu, povezivanje s angažmanom na društvenim mrežama, mobilno geotargetiranje, interaktivni zaslon osjetljiv na dodir, prepoznavanje gesta i mnoge druge. Cijeli glosar nalazi se na poveznici, a dostupne su i ranije izdane Smjernice za Digital Out-of-Home oglašavanje. Digital Out-of-Home (DOOH) oglašavanje danas je prisutno u gotovo svim oblicima i veličinama, u velikim i malim formatima, a može se naći u javnim prostorima, gusto naseljenim gradskim područjima, uz autoceste i privatne objekte. United Grupa postigla je značajan iskorak u konsolidaciji svih Direct To Home (DTH) usluga u regiji. Tako će ubuduće Eutelsat Grupa biti jedini satelitski operator United Grupe. Glovo je inovativna aplikacija koja povezuje potrošače s različitim poslovima i dostavljačima, nudeći dostave iz lokalnih restorana, supermarketa, trgovina i maloprodajnih lanaca. Od svog dolaska na hrvatsko tržište 2019. godine, ova španjolska tvrtka značajno je promijenila način na koji Hrvati naručuju proizvode, postajući najpopularnija platforma za višekategorijsku dostavu u Hrvatskoj, što potvrđuje činjenica da je Glovo aplikacija s najviše preuzimanja u svojoj domeni tijekom tog razdoblja, prema podacima data.ai.