



Koliko je pažnja korisnika važna za uspjeh u digitalnom marketingu? Saznajte 27. studenog na IAB Discoveryju

Pažnja korisnika na digitalnim kanalima postala je neprocjenjiv resurs u današnjem oglašavanju jer se potrošači svakodnevno susreću s nizom sve atraktivnijih oglasnih formata – a fragmentacija publike i nove kreativne strategije čine nužnim da marketinški stručnjaci pronađu inovativne načine za mjerenje i upravljanje pažnjom svojih korisnika. Upravo će se tom temom baviti prvo izdanje [IAB Discoveryja: The Month of Attention](#).

Jeste li znali da...

- ... ljudi imaju manji raspon pažnje od zlatne ribice?
- ... u prosjeku vidimo između 4000 i 10 000 oglasa dnevno?
- ... oglasi sa zvukom pozitivno utječu na prepoznatljivost i pamtljivost brenda?
- ... rijetko koji display oglas uspije generirati 4 sekunde korisnikove pažnje?

Podaci i činjenice o pažnji koje ćemo analizirati bit će dio *Attention, Attention: Insights Huba*, koji će se održati **27. studenog u 15 sati** u Uraniji, a domaćini razgovora bit će stručnjaci za temu – članovi istoimene radne skupine [IAB-a Croatia](#) i autori koji su kreirali nacionalne [Snjemice za pažnju u digitalnom marketingu](#). Oni će predstaviti korisne materijale i podijeliti najzanimljivije uvide, a sve zainteresirane pozivaju da dođu i pridruže se.

**IAB
DISCOVERY**

**ATTENTION
ATTENTION
Insights Hub**

**URANIA
27/11
15 h**

iab.croatia



Agenda u tri dijela

Sve što trebate znati o pažnji uvodno je predavanje je **Saše Milinovića** (OMD), u kojem će 27. studenog predstaviti smjernice dobre prakse, dati pregled osnovnih pojmova vezanih uz pažnju korisnika i načine mjerenja pažnje. Nakon predavanja uslijedit će panel-rasprava naziva **Pošto kila pažnje?**, u kojoj će **Mia Lasić** (Addiko Bank), **Anja Sedak Burčak** (Wiener osiguranje) i **Damjan Planinc** (Teads) te **Kristijan Gregorić** (Valicon) kao moderator sa sudionicima podijeliti niz konkretnih savjeta i činjenica koje mogu promijeniti način na koji razmišljamo o ovoj temi – uz opuštenu atmosferu, intrigantne razgovore i **kvalitetno druženje** digitalne zajednice, koje će se nastaviti i nakon formalnoga dijela programa. [Sudjelovanje je besplatno, a prijaviti se možete na poveznici.](#)

IAB Discovery predstavlja: The Month of Attention

Podsjetimo, IAB Discovery novi je format **IAB-a Croatia**, koji će se mjesečno dubinski posvetiti konkretnoj digitalnoj temi tako što će stručnjaci iz IAB-ovih redova nizom aktivnosti tržištu dodatno približiti datu temu te ponuditi korisne informacije i nove materijale. Članovi **Radne skupine IAB-a Croatia za pažnju u digitalnom marketingu** – Mia Lasić (Addiko bank), Anja Burčak (Wiener osiguranje), Marko Jambrešić (dentsu), Damjan Planinc (Teads), Saša Milinović (OMD), Matija Vučković (Eskimi) i Kristijan Gregorić (Valicon) – nakon druženja uživo, koje će otvoriti mjesec pažnje, pobrinut će se i za niz korisnih infografika, podataka i uvida.

Više informacija o **IAB-u Croatia** i projektima u kojima djeluje pronađite na [službenim stranicama](#).