

Koliko je pažnja korisnika važna za uspjeh u digitalnom marketingu?

Pažnja korisnika na digitalnim kanalima postala je neprocjenjiv resurs u današnjem oglašavanju jer se potrošači svakodnevno susreću s nizom sve atraktivnijih oglasnih formata



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? ...oglasni 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 Smjernice za pažnju u digitalnom marketingu. Oni će predstaviti korisne materijale i podijeliti najzanimljivije uvide, a sve zainteresirane pozivaju da dođu i pridruže se. 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. Pažnja korisnika na digitalnim kanalima postala je neprocjenjiv resurs u današnjem oglašavanju jer se potrošači svakodnevno susreću s nizom sve atraktivnijih oglasnih formata. To nije sve, od Googlea će se također tražiti uspostavljanje novih mjera u vezi s umjetnom inteligencijom, Android operativnim sustavom i korištenjem podataka. Za razliku od Prime brzih dostava, Amazon obećava da će Haul narudžbe stizati na adresu unutar dva tjedna. Naravno, pod time se ne misli na sva tržišta nego ona na kojima postoji Prime brza dostava.