



IAB Polska i Rada Programowa Forum IAB 2019 zapraszają do zgłaszania swoich prelekcji do XIII edycji najważniejszej konferencji marketingowej w Polsce, która odbędzie się w dniach 5-6 czerwca 2019 w Warszawie.

Wprowadzenie

Jeśli jesteś związany z rynkiem marketingowym, Twoim głównym celem jest wzrost!

Wzrostu poszukują dziś wszystkie organizacje. W dynamicznym środowisku biznesowym jest to coraz trudniejsze do osiągnięcia. Jednocześnie głównym źródłem wzrostu dla firm są klienci, a to – w naturalny sposób – kieruje większą uwagę na marketing.

Funkcjonujemy w czasach postępującej cyfryzacji, która z jednej strony daje nam coraz więcej różnorodnych narzędzi, z drugiej pozwala precyzyjniej mierzyć wszelkie aktywności i ich efektywność.

Znane od lat zagadnienie budowy marek coraz częściej przenika się z obszarami transformacji cyfrowej, nowych modeli czy przełomów biznesowych, technologicznych i startupów. Tradycyjne biznesy szukają rozwiązań w nowych technologiach, a z kolei ekosystem firm marketingu cyfrowego napotyka nowe wyzwania w osiąganiu wzrostu, próbując sprawdzonych metod ze świata offline.

To wszystko powoduje, że wspólnie musimy przemyśleć wzrost na nowo!

Temat przewodni Forum IAB 2019

RE: GROWTH. Między innowacją a efektywnością.

Ostatnie lata to testowanie rozwiązań i koncentrowanie się na innowacjach oraz szukanie metod, które działają. Zarówno my, jak i nasi prezesi czy dyrektorzy finansowi, zwiększyliśmy swoją świadomość rynku, a to wszystko dzięki zebranemu doświadczeniu oraz łatwiejszemu dostępowi do danych, badań i monitoringu działań digitalowych. Znamy już wartość oceniania efektywności swojej pracy i uważamy, że wzrost definiuje sukces.

W związku z tym, w tegorocznej edycji chcielibyśmy podyskutować o wnioskach, jakie wyciągnęliśmy z procesu nauki.

W jaki sposób rosnąć będą biznesy typowo cyfrowe na rynku, który traci dynamikę w wielu obszarach? Czy pojawią się nowi gracze? Czy postępować będzie globalizacja rozwiązań? Jakie są szanse dla internetowych firm lokalnie?

Jakie kampanie generują największe wzrosty? Czy mówiąc o wzroście, myślimy tylko o sprzedaży? Jak dobrze zdefiniować źródła wzrostu i jego cele? Czy wygrywa ten, kto pierwszy wykorzysta dany trend? Czy ten, który zrobi to lepiej? Czy umiemy to wszystko dobrze i wiarygodnie zmierzyć?

Jak powinniśmy rozwijać się jako organizacja? Czy potrzebujemy nowych ludzi, nowych struktur, nowych procesów, nowych kompetencji, żeby rosnąć dalej? Jaki powinien być idealny pracownik? Czy my sami powinniśmy zachować spokój, kiedy wszystko wokół krzyczy: rośnij!?

I na koniec – gdzie szukać tego wzrostu? W nowych modelach biznesowych? W większym zasięgu, a może precyzyjnym dotarciu do konsumentów? We współpracy z influencerami? Rezygnując z ATLu? Może podział na ATL i digital stracił już swój sens? Czy możemy budować wartość dodaną, wykorzystując nowinki technologiczne typu AI, Machine Learning, Voice Recognition, Smart Home? Możemy nazywać je nowinkami, czy jest to już standard?

Naszym celem jest zapoznanie uczestników z praktycznymi rozwiązaniami i podzielenie się z nimi dawką wiedzy pragmatycznej z motywem przewodnim „Jak rosnąć?” – jeśli chodzi o procesy, trendy, narzędzia, kampanie, modele reklamowe i biznesowe, organizacje, czy też nasz rozwój osobisty.

A to wszystko w obszarze naszego lokalnego rynku, w kontekście zmieniającego się permanentnie otoczenia digital i wpływu, jakie ma ono na nasz biznes.

Czekamy na Wasze prezentacje uwzględniające następujące zagadnienia:

#wzrost; #growth; #re-growth; #rozwój; #efektywność; #ROI; #brandequity; #atrybucje; #lokalny; #innowacje; #przetestowany; #inspiracje; #trendy; #casestudy; #newbusinessmodel; #sharingeconomy; #digitaltransformation; #research; #singlesource; #technology; #AI; #MachineLearning; #etyka; #RODO; #fakenews #ecommerce; #viewability ;#omnichannel; #atrybucje; #consumerjourney; #media; #programmatic; #brandsafety; #adblocki; #nowaorganizacja #post-digital #influencers #pracownik; #nowezawody; #worklifebalance #procesdesign; #designthinking; ...

Sposób zgłaszania, harmonogram wyboru zgłoszeń i warunki wystąpienia:

1. Zgłoszenia przyjmujemy do 14 lutego br. Zgłoszenie należy przesać na adres: forum2019@iab.org.pl
2. Rozpatrywane będą jedynie zgłoszenia dostarczone w formie wypełnionego oficjalnego formularza zgłoszeniowego na Forum IAB 2019.
3. Treść zgłoszenia nie może być kopią treści ogłaszanego briefu.
4. Przewidywany czas prezentacji podczas konferencji to 20 minut plus 5 minut na dyskusję i pytania z sali.
5. Rada Programowa/IAB Polska mogą poprosić o doprecyzowanie zgłoszenia.
6. Prelegent jest zobowiązany do współpracy z Radą Programową nad ostatecznym kształtem prezentacji. We wskazanym przez Radę Programową terminie prelegent zaprezentuje/udostępni finalną wersję prezentacji.
7. IAB Polska/Rada Programowa opublikuje listę prelegentów najpóźniej do 10 maja 2019.
8. IAB Polska/Rada Programowa stworzy listę rezerwową prelegentów, którzy będą mogli wystąpić w przypadku niedotrzymania terminów i zasad przygotowania prezentacji przez prelegentów wybranych w pierwszym etapie.
9. IAB Polska/Rada Programowa zastrzegają sobie prawo do usunięcia wystąpienia z programu konferencji w przypadku treści obraźliwych, wtórnych, autopromocyjnych i sprzedażowych.
10. Prezentacje zostaną udostępnione uczestnikom konferencji. Zgłaszając wystąpienie prelegent wyraża jednocześnie zgodę na udostępnienie prezentowanego materiału oraz na nagranie treści jego wystąpienia i przekazuje IAB Polska prawo do ich rozpowszechniania.
11. Zgłaszając swoje wystąpienie prelegent wyraża zgodę na publikację swojego imienia i nazwiska oraz zdjęć i dostarczonego biogramu. Prelegent wyraża także zgodę na podjęcie wspólnie ustalonych działań marketingowych na rzecz Forum IAB.
12. Prelegent otrzymuje od IAB Polska imienną wejściówkę uprawniającą prelegenta do pełnowartościowego udziału w Forum IAB 2019 (dwa dni konferencji oraz After Party).