

IAB Polska i Rada Programowa Forum IAB 2020 zapraszają do zgłaszania swoich prelekcji do XIV edycji najważniejszej konferencji marketingowej w Polsce, która odbędzie się w dniach 3-4 czerwca 2020 w Warszawie.

Temat przewodni Forum IAB 2020

## **In Trust We Trust. Jaką wartość ma zaufanie?**

Zaufanie to podstawa każdej relacji. Zaufanie to siła napędowa każdego biznesu. Zaufanie budują nie słowa, ale spełnione obietnice. Dlatego warto sobie zadać pytanie, jaką wartość, nie zawsze pieniężną, ma zaufanie dla każdego uczestnika rynku (klienta, pracownika, właściciela). Co chcemy obiecać, żeby zaufanie rosnęło i jak chcemy te obietnice spełniać?

Ludzie uwierzyli, że Internet i cyfrowa transformacja będą remedium na większość problemów współczesnego świata: zagwarantują powszechny dostęp do wiedzy, produktów i usług, umożliwią automatyzację uciążliwych procesów, zniwelują bariery i odległości.

Generujemy gigantyczną ilość danych, opracowujemy coraz bardziej zaawansowane algorytmy, budujemy wszechobecne sieci, instalujemy nadajniki, niewidoczne kamery, mikroskopijne głośniki... Jak zauważa nasza tegoroczna noblistka: „Internet poddany zupełnie bez refleksji procesom rynkowym i oddany graczom-monopolistom, steruje gigantycznymi ilościami danych (...) służąc przede wszystkim programowaniu zachowań użytkowników, czego dowiedzieliśmy się po aferze Cambridge Analytica.”

Dziś wielu zaczyna traktować postępującą digitalizację jako poważne zagrożenie - dla ludzi, dla społeczeństw, dla krajów. Znane nam zawody znikają, sklepiki pod domem również, ludzie przestają się ze sobą komunikować pogrążeni w swoich małych i dużych ekranach. Szanse na przetrwanie w naszych związkach oceniają algorytmy. W czasach, kiedy każdy może wygenerować newsa, prawdziwego lub nie, i podzielić się nim ze światem, większość mediów jest w kryzysie. Wybory wygrywają mistrzowie social mediów i bohaterowie memów. Ludzie na całym świecie zaufali technologii. Co z tego wyniknęło? Czy dobrze zrobili? Czy ufają i powinni ufać jej nadal?

Badania robione na przestrzeni ostatnich lat, niezmiennie pokazują, że naszą cechą narodową jest nieufność. Polacy są piątym najbardziej nieufnym narodem w Trust Barometer Edelmiana (Polska osiągnęła 39 punktów na 100), choć wypadliśmy lepiej niż w poprzednim raporcie, gdy Polska była na drugim miejscu – zaraz za Rosją.

Dzisiaj Polacy wierzą najbardziej organizacjom pozarządowym i biznesowi, znacznie gorzej wypadają media i nasz rząd (choć z roku na rok jego wynik się poprawił). Kiedyś ufaliśmy kościołowi, reklamie, badaniom, sąsiadom, rekomendacjom zakupowym, porównywarcom cenowym, postom w mediach społecznościowych. Obecnie aż 59% Polaków nie wie, co jest prawdą, a co nie. 63% nie potrafi odróżnić prawdziwego dziennikarstwa od plotki. Wydaje się, że mamy do czynienia z powszechnym kryzysem zaufania.

- Dlaczego warto nad tym pracować? Jak budować zaufanie wśród swoich klientów, pracowników, partnerów biznesowych?
- Jak budować zaufanie do naszej branży zdominowanej przez clickbajty i fakenewsy?
- Jaką wartością dla ludzi jest zaufanie? Komu i dlaczego to się opłaca?
- Co dzieje się, gdy zaufanie zostaje utracone? Jakie konsekwencje w biznesie może to spowodować? Jak można odbudować raz stracone zaufanie?
- Czym jest zaufanie dla różnych pokoleń (X, Y, Z)? Jak je budować? Co jest ważne dla każdego z tych pokoleń i jaką wartość widzą w zaufaniu?
- Może nie warto budować już brandów (choć wciąż mówi się, że „marka bez zaufania to tylko produkt”)? Jakie inne wartości są ważne dla klienta przy wyborze produktu?
- Jakim danym i badaniom warto ufać? Jak weryfikować wiarygodność informacji

O tym i o innych wymiarach zaufania chcielibyśmy dyskutować na tegorocznym Forum, wymieniając się doświadczeniami i inspiracjami z ekspertami z różnych branż, podchodząc do tematu z jak największej ilości perspektyw. Wierzymy, że ta debata, właśnie naszej branży, jest dzisiaj bardzo potrzebna.

Czekamy na Wasze prezentacje uwzględniające następujące zagadnienia:

#zaufanie, #wartości, #trust, #kontent, #treści, #fakenewsy, #clickbait, #viewability, #boty, #technologia, #AI, #badania, #dane, #autorytety, #human, #konsument, #etyka, #brand, #purpose, #research, #post-digital, #trendy, #inspiracje, #relacje, #privacy, #influensery, #control, #lokalność, #odpowiedzialność, #sustainability, #engagement, #positivechange, #media, #spójność, #adblocks, #bańkaWielkomejska

#### **Sposób zgłaszania, harmonogram wyboru zgłoszeń i warunki wystąpienia:**

1. Zgłoszenia przyjmujemy do 7 lutego br. Zgłoszenie należy przesać na adres:

**forum2020@iab.org.pl**

2. Rozpatrywane będą jedynie zgłoszenia dostarczone w formie wypełnionego oficjalnego formularza zgłoszeniowego na Forum IAB 2020.

3. Treść zgłoszenia nie może być kopią treści ogłaszanego briefu.

4. Przewidywany czas prezentacji podczas konferencji to **20 minut**.

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 **8 maja 2020**.

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 2020.