



Rada Programowa **Forum IAB 2023** zaprasza do zgłaszania wystąpień na kolejną edycję najważniejszej konferencji o branży internetowej w Polsce. Tym razem wydarzenie odbędzie się **30 i 31 maja 2023 r.** w Warszawie.

Temat tegorocznego Forum IAB to:

2023 mówi: Sprawdzam! Jaka strategia na „ciekawe czasy”?

Ostatnie lata to fale zdarzeń wywołujące znaczące zmiany na świecie. Życie i praca w nowej normalności stały się wyzwaniem, a na horyzoncie już pojawiają się kolejne. Widmo recesji gospodarczej i rosnącego bezrobocia, koszty działania czy niski wskaźnik konsumpcji to tylko część czynników, które wpływają na biznes i branżę. Dodatkowym obciążeniem jest odbywająca się tak blisko nas wojna.

Dla branży marketingu, komunikacji, kreacji i twórców narzędzi świata cyfrowego to kolejna próba. Nauczylismy się funkcjonować w zmianie i transformacji na sterydach. Rozwój branży przyspieszył, wydatki na digital przewyższyły telewizyjne, a praca hybrydowa otworzyła nowe możliwości.

W roku 2023 r. powiedzmy sobie: sprawdzam! Zweryfikujemy, czy nabraliśmy odporności w ostatnich latach w biznesie, strategiach, technologii, mediach, relacjach międzyludzkich oraz czy umiejętnie tą energią zarządzamy. Odpowiedzmy sobie uczciwie, co było typowym hype i buzzwordem, a co wnosi długoterminową zmianę, daje pozytywny efekt w biznesie i rozwija branżę internetową. Co według nas sprawdzi się w tych „ciekawych czasach”.

To ważne tym bardziej, że wszyscy stawiamy sobie te same pytania: Które strategie działają w biznesie? Które z obszarów stanowią fundament dzisiejszego rozwoju? Utrzymujemy biznes czy walczymy o wzrosty? Kto ponosi koszty zmian? Czy branża jest przygotowana? Czy digital osiągnął już dojrzałość? Czy marketer dojrzał do dynamiki zmian?

Czy warto zwiększać aktywność marketingową? Powinniśmy koncentrować się na przetrwaniu, czy na rozwoju? Dbać o lojalność, a może aktywnie poszukiwać? Które kanały internetowe rozwijają branżę? Jak zrationalizować wydatki mediowe? Wracamy do korzeni czy eksperymentujemy?

Omnichannel przeszkadza czy pomaga? Jak zachować spójność działań? Jakie podejście w komunikacji działa? Co powinniśmy przekazywać w komunikacji? Obserwujemy powrót do klasycznych strategii marketingowych i zmęczenie digitałem? TV na nowo? Czy wszystko da się przenieść do online?

Jak walczyć o uwagę w digitalu? Jak zachować autentyczność marki? Jak wyjść naprzeciw zmieniającym się oczekiwaniom klientów? Jaka jest kondycja demokracji w społeczeństwie? Czy obserwujemy rozwarstwienie społeczeństwa, powstawanie nowych klas społecznych? Jak budować zrównoważony marketing?

Czy realna jest presja na wzrost bez zwiększenia konsumpcji? ESG to wybór czy przymus? Jak duża jest skala greenwashingu w branży? Czy rozwiązania technologiczne są adekwatne do zmian? Czego potrzebujemy od technologii? Automatyzacja czy „czynnik białkowy”? Jak powinno wyglądać bezpieczeństwo branży w nowych czasach?

Kim jest lider na „ciekawe czasy”? Relacja a lojalność? Czy w branży mamy rynek pracownika? Jakość pracy w domu vs w biurze? Lojalny pracownik, czyli jaki? Pracodawca wymuszający pracę z biura czy elastycznie podchodzący? Relacje w zespole budowane tylko online czy jednak „na żywo”? Jak zadbać o dobrostan pracownika?

Zależy nam, abysyś opisał zgłoszenie w jednym z siedmiu poniższych obszarów funkcjonowania branży marketingowej. Sprawdźmy przepracowane lub gotowe do wykorzystania strategie funkcjonowania w „ciekawych czasach”. Obalmy mity i skupmy się na tym, co działa. Pokażmy, co wznosi branżę marketingową (internetową?) i jej twórców oraz w jakim kierunku będzie się rozwijać.

Sprawdzam: Rynek

Strategie na czynniki zewnętrzne.

#bezpieczeństwo #decoupling #deflacja #digital extension #fragmentaryzacja #implozja branży #inflacja #inwestycje #konsolidacja #media # odpowiedzialność-reklama-jakość #omnichanel social mediowy #powrót do offline #strategie na ciekawe czasy #wzrost vs retencja

Sprawdzam: Konsument

Strategie na zmieniające się zachowania konsumentów.

#balans #bezpieczeństwo #deflacja-uwaga-widownia #digital fatigue #dyrektywa omnibus #generacje #inflacja #kondycja demokracji #migracje #omnichanel social mediowy #powrót do offline #prywatność #rozwaga #wybory

Sprawdzam: Marka

Strategie odporności na zmianę.

#bezpieczeństwo #brand safety #dojrzałość #globalne vs lokalne #long term #pitstop #purpose #refleksja #short term #sposoby przetrwania #utrzymujemy biznes czy walczymy o wzrosty

Sprawdzam: Efektywność

Strategie sukcesu biznesu.

#balans #fragmentaryzacja #innowacje #inwestycje #kryzys finansowy #optymalizacja ROI #optymalizacja kosztowa #powrót do offline #pragmatyzm #rozwaga #refleksja #utrzymujemy biznes czy walczymy o wzrosty #wzrost vs retencja

Sprawdzam: ESG

Strategie zrównoważonego rozwoju i marketingu.

#dehype #dojrzałość #działania na rzecz dobra #energia #eko wygoda #green washing #ład korporacyjny #source for good #ślad węglowy mediów #zrównoważony marketing #zrównoważona reklama #zrównoważony rozwój

Sprawdzam: Leadership

Strategie organizacji i zespołów.

#balans #dynamika pracy #dojrzałość #efektywność #empatia #generacje #inspiracja
#jednostka SWAT #motywacja #networking #nowy leadership #potrzeby pokoleniowe
#pragmatyzm #refleksja #narzędzia #relacje międzyludzkie #stylpracy #sposoby przetrwania
#utrzymujemy biznes czy walczymy o wzrosty #współpraca #zaufanie

Sprawdzam: Trendy

Co powraca i dlaczego, a co nas zaskoczy.

#atencja #autentyczność #dehype #digital extention #fragmentaryzacja #gaming #google
#hiperpersonalizacja #metaversum #nowy kontent #NFT #odpowiedzialność-reklama-jakość
#post-party cookie #powrót do offline #prywatność #refleksja #rezyliencja #rozwaga
#technologia
#web 3.0

Sposób zgłaszania, harmonogram wyboru zgłoszeń i warunki wystąpienia:

1. Zgłoszenia przyjmujemy **do 6 lutego br.** Zgłoszenie należy przesłać poprzez formularz online -> [link do formularza](#)
2. Rozpatrywane będą jedynie zgłoszenia dostarczone poprawnie poprzez oficjalny formularz zgłoszeniowy Forum IAB 2023.
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 08.05.2023.
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 2023.