

Warszawa, 15 czerwca 2023 r.

**Attention: o tym, jak przyciągnąć i zmierzyć uwagę konsumenta
w najnowszym odcinku IAA POWER HOUR**

Uwadze konsumenta i pomiarowi efektywności przekazów reklamowych online poświęcony jest najnowszy odcinek IAA POWER HOUR. W dyskusji moderowanej przez Rafała Szafrąca, Business & Communication Partnera OMD udział wzięli: Anna Charytoniuk, Digital Lead, San ofi, Katarzyna Kabiesz, Head of Insights, CEE Teads, Maria Kuc-Jędrzejewska, Senior Media Manager CE Kenvue, oraz Jacek Dzięcielak, CEO DGTAL.

Wyjątkowe grono ekspertów z zakresu digital marketingu dyskutowało o tym, jak odpowiedzieć na wyzwania związane z deficytem uwagi i przebudźcowaniem odbiorców. Ich zdaniem, stosowany dotychczas w pomiarach efektywności kampanii online wskaźnik widoczności (viewability) nie jest już wystarczający. Nowe metodologie mierzenia efektywności reklam cyfrowych pozwalają bowiem skuteczniej zaplanować media i zoptymalizować cyfrowe przekazy reklamowe pod kątem uwagi.

Co zatem decyduje o poziomie uwagi konsumenta i jak ją skutecznie mierzyć? Odpowiedź na to i wiele innych pytań znaleźć można w najnowszym odcinku panelu IAA POWER HOUR, który dostępny jest dla wszystkich zainteresowanych tą tematyką pod linkiem: <https://www.youtube.com/watch?v=CiodbwTb2hU>

Zapraszamy do obejrzenia i poznania różnych opinii ekspertów na temat efektywności reklamy cyfrowej.

IAA POWER HOUR to nowy format branżowej dyskusji, proponowany przez IAA Polska.

Obchodzące w tym roku 30-lecie istnienia *IAA Polska Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy*, jest najszerszą, najbardziej wpływową reprezentacją branży reklamowej w Polsce. To jedyna organizacja w kraju, która skupia przedstawicieli wszystkich uczestników procesu komunikacji marketingowej: z mediów, agencji oraz reklamodawców z rozmaitych branż. Aktualnie jest ich ponad 170 i to grono stale się powiększa. Misją IAA Polska jest kształtowanie zrównoważonego rozwoju rynku komunikacji marketingowej - z poszanowaniem zasad etycznych. Kluczowe wartości dla IAA Polska to transparentność, inkluzywność i współpraca, a przede wszystkim dialog: z partnerami zewnętrznymi, ale też wewnątrz branży.

IAA Polska jest częścią największego stowarzyszenia marketingowego na świecie, istniejącego od 1938 roku. W Polsce działa nieprzerwanie od 1993 r.

Oficjalna strona IAA Polska: www.iaa.org.pl



IAA Polska. Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy
ul. Mangalia 2a, 02-758 Warszawa
www.iaa.org.pl

Kontakt:

Monika Strogulska-Dwojak

PR Manager

IAA Polska Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy

Tel. **+48 507 977 686**

e-mail: m.strogulska@iaa.org.pl