



IAB TAGGYŰLÉS

2021. május 27.

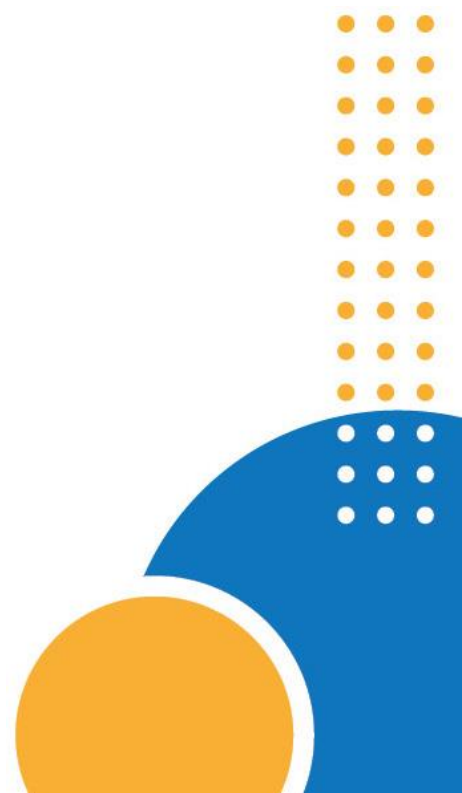


iab. hungary





IAB Hungary Taggyűlés – Program

- Elnökség éves beszámolója
 - Munkacsoportok programjának ismertetése
 - Projektek
 - IAB Hungary pénzügyi beszámolója
 - Nemzetközi IAB
 - Zárás
- 



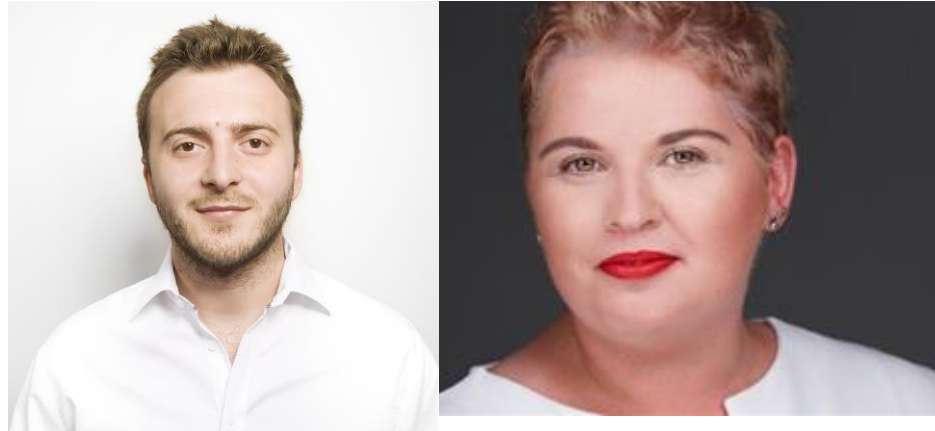
IAB Elnökség – Tisztújítás

Bognár Verát választotta az IAB tagsága a leköszönő Sólyom Balázs helyére (2020 június)



2020 december

Néz Katát választotta az IAB tagsága Yasar Umut helyére

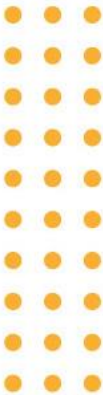


IAB Ügyvezető váltás

2020 októberétől Kenessey Adrien váltotta a szülési szabadságát töltő Fináczy Dórát

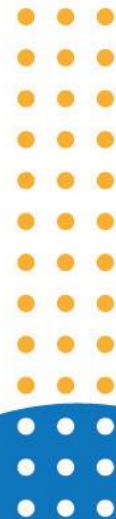


iab.hungary



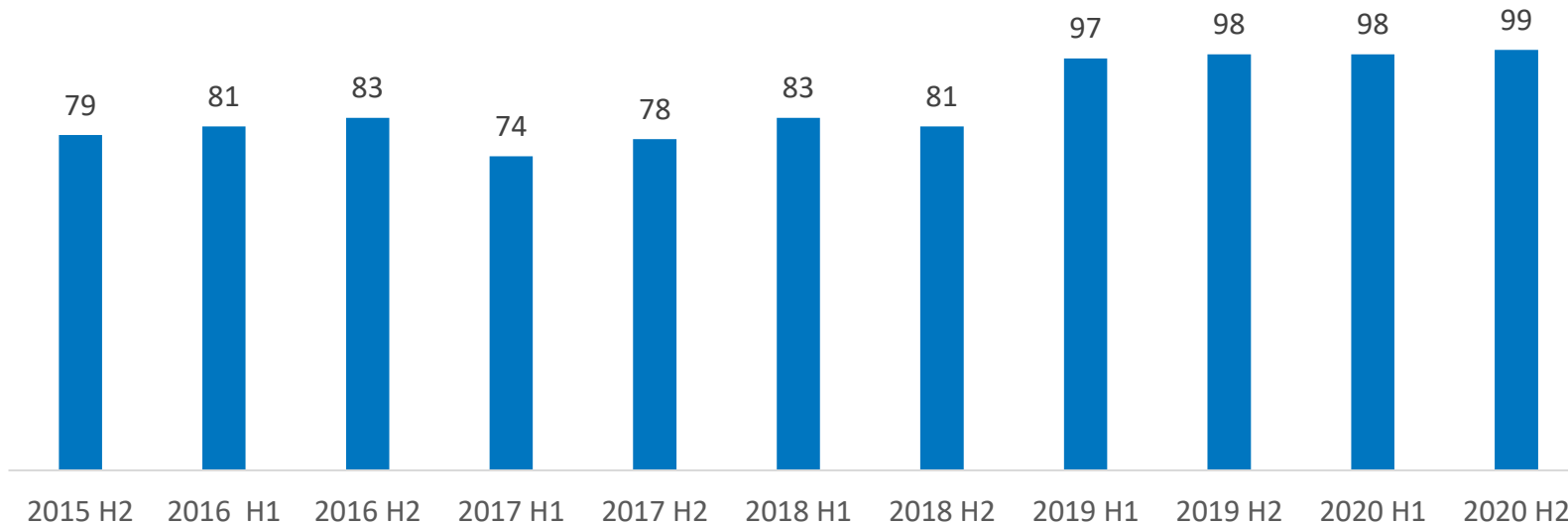


IAB Elnökség



Tagság változása

iab.hungary



100
Tag
2021.04.30

2020 új belépők:

Adevinta Classified Media Hungary Kft
WMN Média Kft.
New Land Media Kft.
Filmtrack Productions and Management Kft.
(NuHeadz Influencer Agency)

2020 kilépők:

Chiro Marketing Kft.
UPC Magyarország Kft.
ReachMedia Kft. (ex-Hírek Média)

Tagság megszüntetése: Addict Interactive Kft. – kifizetetlen tagdíj 400.000.- Ft

Weboldalunk

Web látogatottság 2020 ban:

iab.hu (beleértve a blogot és a szótárat is)

10 011 felhasználó

29 464 oldalbetöltés

Szótár

1952 felhasználó

6505 oldalbetöltés

2,72 oldal/munkamenet

01:54 eltöltött idő/munkamenet

Dokutár

2018 szeptemberében indult

Összesen 407 publikált dokumentum

2020-ban 144 db (átlag 12/hó)

Blogposzt

2020-ban 63 db (átlag 5,25/hó)

Tervezett
megújítás
2021-ben

Hírlevél

Kiküldött hírlevelek (2020): 71 db (átlag 5,9/hó)

IAB tagság lista (2021 március): 299 feliratkozó

Fel- és leiratkozások egyenlege -10 fő (3,31%)

Átlagos megnyitási ráta (elmúlt 12 hó): 34%

Átlagos kattintási ráta: (elmúlt 12 hó): 5,9%

További listák:

Programmatic 180 fő

Influencer 70 fő

Hirdetői klub 69 fő

Adat 64 fő

FB poszt

2020-ban 49 db (átlag 4,08/hó)



Munkacsoportok

iab.hungary

Sztenderdizálás munkacsoport

- **Munkacsoport:**
 - 2016 óta működünk
 - A „közös nyelv” biztosítása sztenderdeken, definíciókon keresztül
- **Feladataink:**
 - Megjelenő anyagok véleményezése
 - Szakszótár
 - 1/1 projekt
 - Publikált anyagok számának növelése
 - Szakmai reputáció növelése
 - Közösségi aktivitás
 - Aktuális témák feldolgozása
- Csatlakozz! 🙌👍👉

*Szereted a sztenderdeket? Mindened az izálás?
Ha válaszod igen és igen, akkor itt a helyed!*



IAB ADAT munkacsoport 2020

- Adat Position paper (<https://iab.hu/dokumentum/adat-position-paper/>)
- Adattovábbítás USA? Biztonságosak-e az SaaS szolgáltatások?

2021-es tervek

- IAB szakszótár aktualizálása.
- Google Federated Learning of Cohorts (FLoC) és a 3rd party cookie.

Tavaszi találkozó témái:

- Élet a 3rd party cookie után? Ki hogy látja, mekkora gond ez?
- Véd-e a CMP (belga per) kifutása.
Aki CMP-t telepít az mindent megtett a GDPR betartásának érdekében?
Hogyan áll a magyarországi a bevezetéssel?
- Google FLoC - mit hoz nekünk, hogyan kell készülnünk rá?

Adex munkacsoport

2020. évi tevékenységünk:

- Adex 2019
- AdExpect 2020
- Együttműködés az MRSZ-szel az éves médiaköltési adatokhoz
- Negyedéves digitális reklámbevételi adatok (NORI 2020 Q1-Q4) együttműködésben a Médiaszekcióval
- Hazai adatok biztosítása az IAB Europe-nak a 2019. évi digitális reklámköltsérről

2021. évi tevékenységünk eddig:

- Adex 2020 (újdonság: digitális audio)
- AdExpect 2021
- IAB Café (Adex 2020 + AdExpect 2021)
- Együttműködés az MRSZ-szel az éves médiaköltési adatokhoz
- Hazai adatok biztosítása az IAB Europe-nak a 2020. évi digitális reklámköltsérről
- NORI 2021 Q1

2021. évi tervek:

- NORI Q2-Q4
- Adex 2021 előkészítése
 - Digitális audio: módszertani frissítés
 - Influenszer marketing: tervezett új terület
- Egyéb:
 - Módszertani felülvizsgálat (globális szereplők bevételeinek becslése)
 - NORI bevallói kör szélesítése
- AdExpect 2022 előkészítése

Partnereink: Pwc, MAKSZ, MRSZ

Kik is vagyunk?

- 2 éve alapult a csoport (2019 június).

- **Alapvető célunk:**

„Hangsúlyosabb tenni az adat alapú gondolkozást az online térben és kiemelten a marketingben. Ehhez az adatvizualizálás, a webanalitika eszközök használatán át, az A/B tesztelésen keresztül vezet az út!”

- **Tagok:**

Jelenleg 12 szervezettől 14 taggal működünk. Például OTP, Vodafone, Mito



iab.hungary

iab.hungary
TAGJA

2019-2020-as tevékenységünk

- Induláskor 4 fő irány határoztunk meg, ezekért dolgoztunk 1,5 évet.

1. Piac összefogása, önmagunk definiálása

A tagok régi célja volt, hogy valahogy érnük el és fogjuk össze a webanalitika iránt érdeklődő szakembereket. Erre végül a FB csoport kialakítását szavaztuk meg, ebből most február végére állt össze az indulásra kész állapot.

2. Mire jó az analitika, aka. *Szakmai anyagok elkészítése*

4 különböző hosszúságú – 10-30 diáig – analitika alapozó anyagok készültek, ezeket a tagok már használják. Valamint készült 3 db cikkünk az IAB blogra is.

3. Felsőoktatás felé való ajánlás, kapcsolatok kialakítása, diákok tanítása

Kapcsolatokat kerestünk a felsőoktatás marketing szakos tanáraihoz, ez az irány a pandémia eljövetele miatt csak 2021-ben tudott előre lépni.

4. Piacméret beclése – IAB Adex

Adex csoporttal volt egyeztetés, de mivel nehezen tudtuk körülírni, ezért 2021-re került át.

2021-es tevékenységünk és tervek

- A tervezett célokat nagyban befolyásolta/befolyásolja a privacy és a 3rd party cookie eltörlésének eljövetele (cookie apocalypse), ami viszont hangsúlyosabbá tesz a területet, így nagyobb fontosságot is fog kapni a közeljövőben.

1. Piac összefogása, önmagunk definiálása

Facebook csoport elindítása 2021 februárban, ahol már 132-en vagyunk analitikusok. Heti többszöri poszt, kérdések, probléma felvetések. (Analytics Experts néven)

2. Mire jó az analitika, aka. *Szakmai anyagok elkészítése*

További 4 cikk készült el, de kifejezetten a várható cookie változásokra vonatkozó iránymutatások és megoldás nyújtása a fő ideai szakmai célunk.

3. Felsőoktatás felé való ajánlás, kapcsolatok kialakítása, diákok tanítása

Marketing szakos diákoknak analitika bemutató órát tartottunk, júniusban a marketing szakos tanároknak tartunk egy workshopot a legaktuálisabb analitika trendekről.

4. Piacméret becslése – IAB Adex

Hamarosan....



2021-es tevékenységünk és tervek



Csatlakozz te is hozzánk! 😊



IAB AUDIO MUNKACSOPORT

MIÉRT JÖTTÜNK LÉTRE?

hogy rajzoljuk meg közösen egy új médiapiaci terület határait,
hogy írjuk meg a szabályait

és indítsuk be a versenyt!!!

IAB AUDIO MUNKACSOPORT

MIT TETTÜNK EDDIG?

Podcast Insight Hungary 2021. JÚNIUS 17. 14:05-14:20

- Elkészítettük az első magyarországi podcast médiapiaci kutatást.
- Összegyűjtöttük a legfontosabb podcast médiapiaci fogalmakat.
- Általános elemzést készítettünk a podcast médiapiac aktuális hazai trendjeiről.

MIT TERVEZÜNK?

- PIH 2021 szakmai terjesztése.
- Podcast médiamérési ajánlás megfogalmazása.
- Podcast tartalmi és értékesítési etikai irányelvek megfogalmazása.
- Szakmai hírek, nemzetközi trendek megosztása. (online/élő workshopok)





Digitális videó munkacsoport

Ami eddig történt:

- IAB szótár-frissítése
- Videós kisokos

Amit tervezünk:

- Kutatás (még körvonalazódik)
- Video IAB Café
- Új munkacsoportvezető

Munkacsoport:

Pánczél Gabriella (Salesworks), Erdélyi Eszter (Atmedia), Tóth Bálint (Atmedia), Széchy-Baráth Adrienn (Central Médiacsoport), Szabó Gergő (Special Effects), Horváth Tamás (Adaptive), Kovács Péter (Google), Káldy Levente (Project Agora), Csikesz Erika (TV2), Malatinszky Péter (TV2), Malonyai Károly (Wavemaker), Dudás Gergely (RTL Magyarország)





Influencer Munkacsoport – 2020. év

- ❖ Havi meetingek
- ❖ IAB Legjobb Szakdolgozat elbírálásában aktív részvétel
- ❖ „Az influencerek szerepe és felelőssége a koronavírus idején” Facebook poszt (2020.04.17.)
- ❖ IAB Influencer workshop: Kidfluencer kampányok a gyakorlatban (2020.06.18.)
- ❖ Influencer kérdőív kutatás
- ❖ Hírlevél
- ❖ Piacméret (IAB Adex Munkacsoporttal)



iab.hungary



iab.hungary
TAGJA

Influencer Munkacsoport – 2021. év

Taglétszám: 27

❖ Célok:

- Minden hónapban 1 meeting
- Hírlevél tartalmak készítése
- Mi változott a COVID hatására? Mit mutatnak a számok? Mik a trendek?
- Különleges meeting alkalmak tartása (első ilyen 2021. 06.01. vendégünk a GVH)
- GVH megkeresése a 2017-es állásfoglalás frissítése érdekében
- Influencer marketing fogalomtár és Influencer marketing kisokos, brief felülvizsgálata
- Legalább egy workshop megtartása
- Más IAB Munkacsoporttal közös munka
- A 2020-ban elkezdett Influencer kérdőív kutatás folytatása, befejezése
- Piacméret
- A tartalmak monitoringjára vonatkozó gyakorlat kialakítása guideline/checklist elkészítésével



Influencer Munkacsoport – 2021. év

❖ További feladatok:

- IAB Legjobb Szakdolgozat elbírálásában aktív részvétel
- IAB Szótár szócikk felülvizsgálat

❖ Az IAB és az Influencer Munkacsoport megjelenései:

IAB blog :

- *Dr. Kapi Anikó az IAB influencerszer munkacsoportjának új vezetője,*
2021.02.16.
- *Nagy kérdés, hogy beszélhetünk-e “influencer evolúcióról”*
2021.03.31.

Európa Rádió:

Interjú: 2021. március 19.

ÖRT:

- *Magyar Reklámetikai Kódex III. fejezetének felülvizsgálata*
Közös munka kezdete: 2021.04.29.

Programmatic Munkacsoport

Beluscsák Márk | Omnicom

2021.05.27

iab.hungary



PRG munkacsoport tagjai

- Adaptive Média
- Ads Interactive
- Amnet Group
- Atmedia
- Centrál Média
- Crimtan
- DataMe
- DOT Creative
- HOPPex
- HVG
- Matterkind
- Mindshare
- Mito Communication
- Omnicom Media Group
- Project Agora
- PS Online Media
- R-Time
- SalesWorks
- Tarsago
- Vodafone

PRG munkacsoport céljai

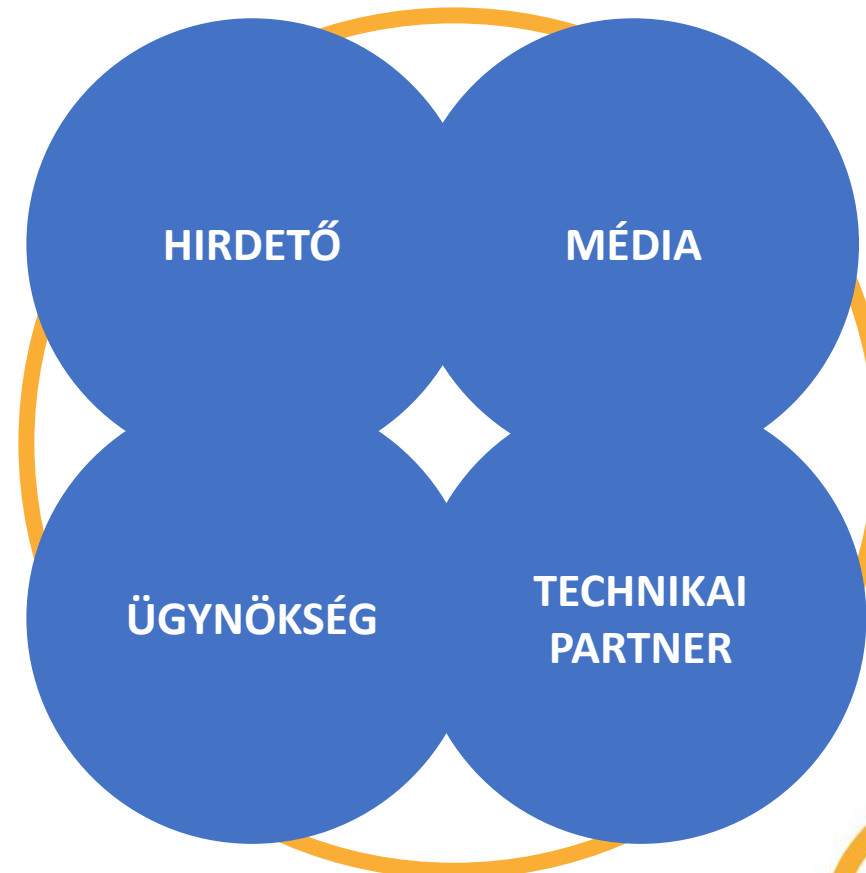
- platform/**közösség** létrehozása, amely teret ad minden oldalnak arra, hogy számára fontos kérdéseket megvitasson, majd ezek alapján piaci szintű javaslatokat/állásfoglalást hozzon
- egységes sztenderdeket, **keretrendszer**t alkot a hirdetői, kiadói és tech oldal számára egyaránt
- **oktatási anyagok**, rendezvények, esettanulmányok, és **gyakorlati segédeszközök**



PRG munkacsoport projekt: Programmatic Code of Conduct

TRANSPARENCY AND QUALITY OF

- THE ADVERTISING ENVIRONMENT
- CAMPAIGN MANAGEMENT
- THE AD
- THE END DEVICE
- DATA USAGE
- VERIFICATION IN GENERAL





PRG munkacsoport projekt: Programmatic Kisokos 2.0

Update és reform

- Alapok, működés
- Magyar & nemzetközi szereplők
- Adatok & GDPR
- Targetálási megoldások
- Formátumok (& újdonságok: Rich Media, Audio, Natív, Video ...)
- Mérés
- Árazás
- Biztonság & transzparencia (Verification, Fraud, Brand Safety, Viewability, ...)
- Programmatic célja, felhasználási módja, hatékonysága, helye a média mixben



PRG munkacsoport projekt:
Programmatic Tervezési Segéd

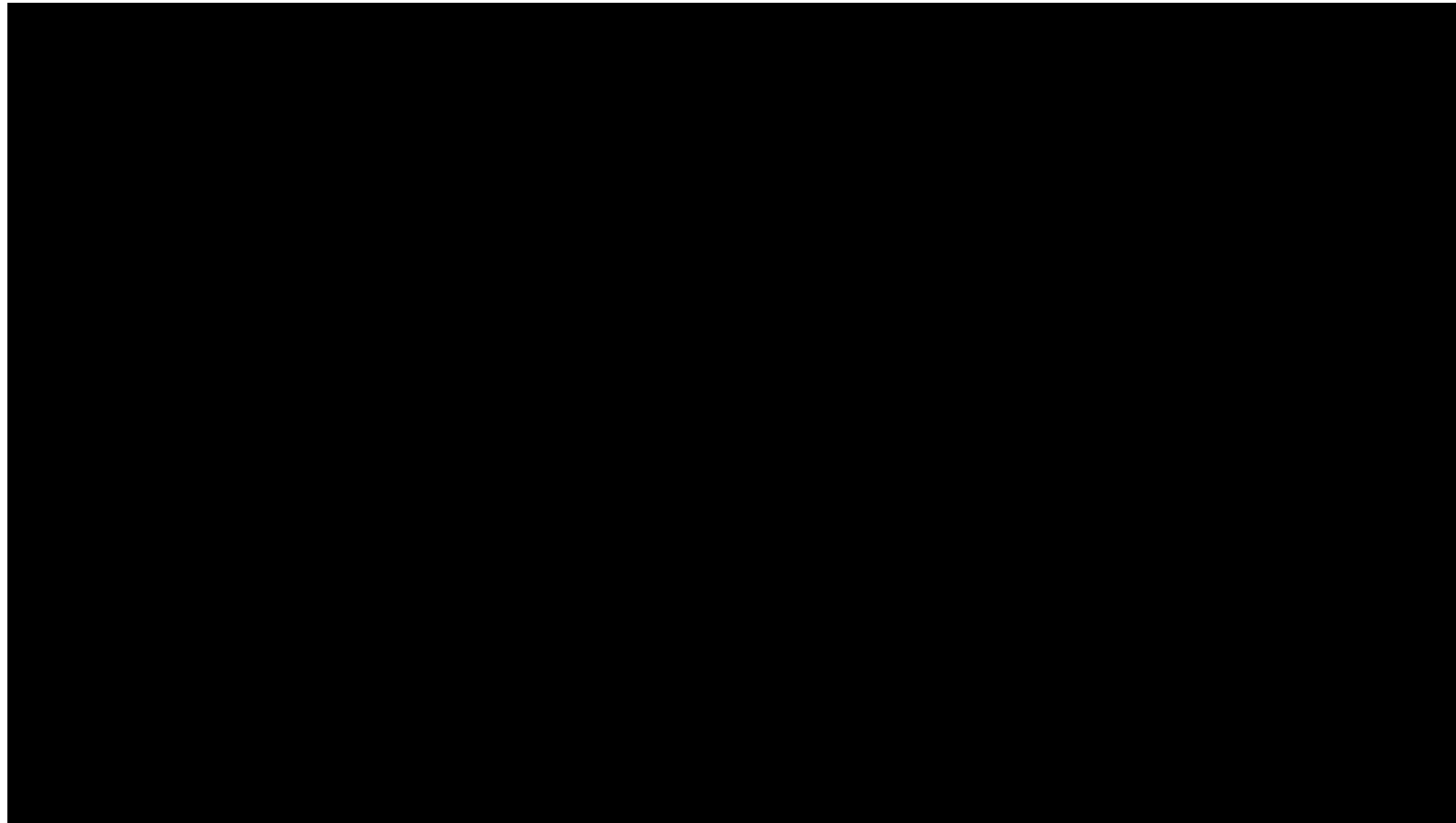


IAB Projektek

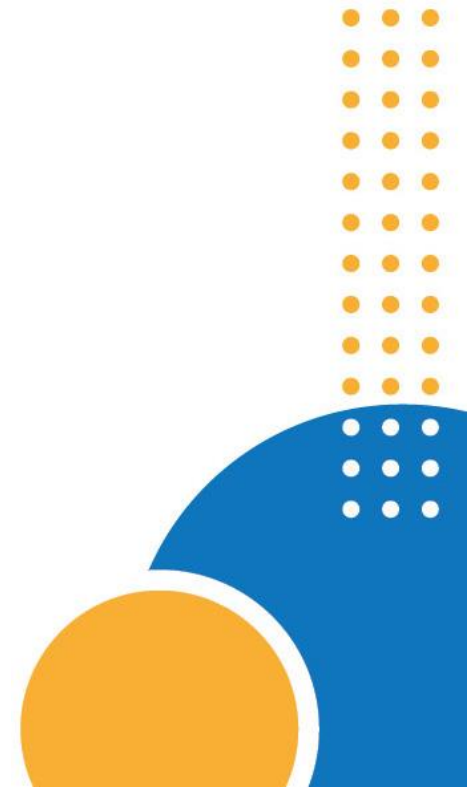
iab.hungary



IAB Legjobb Szakdolgozat



iab.hungary



Gratulálunk a nyerteseknek!



Köszönjük a támogatást a szponzoroknak!

Google

groupm

OMP

RTL
MAGYARORSZÁG

iab.
hungary



EMOK Együttműködés

- Üzemlátogatások
- Előadások, workshopok
- Tananyagfejlesztés
- Legjobb Szakdolgozat pályázat népszerűsítése

EGYESÜLET
A MARKETING OKTATÁSÉRT
ÉS KUTATÁSÉRT

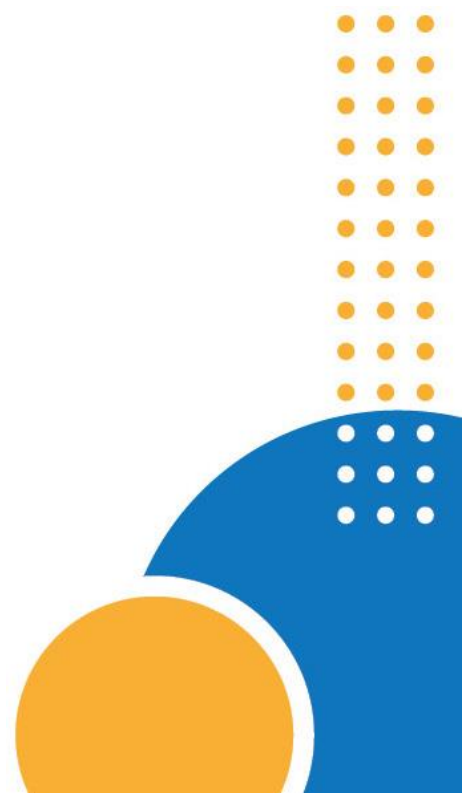


emok



iab.hungary

Vendégelőadások

- analitika
 - adatvezérelt marketing, adatpiac
 - automatizált hirdetési piac
 - digitális reklámpiac változásai
 - tesztelések keretei, lehetőségei a digitális terepen (A/B teszt értelme)
 - UX szempontjai, ki mit miért csinál
 - digitális videópiac sajátosságai
- 



ÖRT - MRSZ Megújul a Reklámetikai Kódex

ÖNSZABÁLYOZÓ
REKLÁM TESTÜLET
REKLÁM. TISZTÁN



Megkezdődött a közös munka az Önszabályozó Reklám Testülettel.

Közös célunk, hogy a 2015.06.30. napjától hatályos Magyar Reklámetikai Kódex digitális reklámokra vonatkozó része lekövesse az elmúlt években tapasztalható nagymértékű digitalizációnak a marketing és jogi változásait.



iab.hungary



IAB CAFE



2020

- Adtech reggeli
- Adex, Adexpect
- Covid-kutatás
- Ad Verification

**SPONSORS
WANTED**

2021

- Adex, Adexpect – április 19.
- Podcast Insights – június 24.
- 3rd party cookie eltörlése
- Videó nap
- eSport
- ...
- ...

MRSZ pénzügyi eredmény 2020

MRSZ

Tagdíjbevétel:	59.817e Ft
Egyéb bevétel:	384e Ft
Támogatás:	500e Ft
Összes bevétel:	60.701e Ft
Összes ráford.:	46.059e Ft
Eredmény:	14.642e Ft

IAB költséghely bontás:

- tagdíjbevétel: 20.746e Ft
- egyéb bevétel: 884e Ft
- összes bevétel: 21.329e Ft
- működés költség: 18.150e Ft



Pénzügyi beszámoló - 2020

Bevétel:

- tagdíjbevétel: 20.445.046- Ft
- egyéb bevétel: 884.000- Ft
- **összes bevétel: 21.329.046- Ft**

Kiadás:

- Licenzdíjak: 2.608.560- Ft
- Adex: 1.524.000- Ft
- Kommunikáció: 3.910.000- Ft
- Iroda: 7.305.000- Ft
- Egyéb: 2.802.348.- Ft
- **összes kiadás: 18.149.908- Ft.**

Üzleti eredmény: 3.179.138- Ft

IAB tagdíj kintlévőségek 2020: 2.356.000 Ft



IAB Europe



- Digitális reklámkutatás, definíciók, best practice
- Élet a 3rd party cookie-k eltörlése után
- Bizalom és átláthatóság a digitális reklámmal szemben
- Jogi szabályozás és érdekképviselet
- Események és tudásmegosztás (Tanulmány a hirdetési csalásokról)

IAB US





Kihívások 2021

- programmatic
- data
- brand safety
- 3rd party cookie apocalypse



Szavazás

A taggyűlés hatásköre;

- az Elnökség éves beszámolójának elfogadása,
- az IAB Hungary pénzügyi beszámolójának elfogadása,
- és az IAB éves programjának elfogadása





Köszönjük a figyelmet!





iab.hungary

