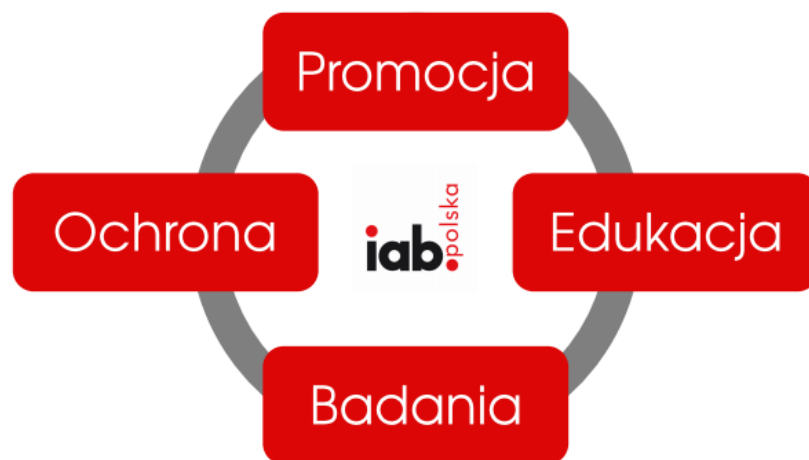


IAB Polska

Członkostwo i Grupy Robocze

Najważniejsze informacje

IAB istnieje na polskim rynku interaktywnym, technologicznym i reklamowym od **2000 roku**. Od 2007 roku działa jako Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska. Wśród około 230 członków Związku znajdują się m.in. największe portale internetowe, sieci reklamowe, domy mediowe, agencje interaktywne i reklamodawcy.



Misją IAB jest **wspieranie działalności** uczestników rynku komunikacji interaktywnej oraz popularyzacja internetu jako efektywnego medium poprzez działania **promocyjne, badawcze, edukacyjne i ochronę prawną**.

Członkostwo - Korzyści

- **Budowanie prestiżu, pozytywnego wizerunku i wiarygodności w kontaktach biznesowych.**
- **Możliwość dotarcia i budowy relacji z przedstawicielami ponad 230 firm z branży digital i reklamodawców**
- **Wsparcie i reprezentacja interesów firm członkowskich w obszarze Public Affairs i zagadnień prawnych.**



Członkostwo - Korzyści

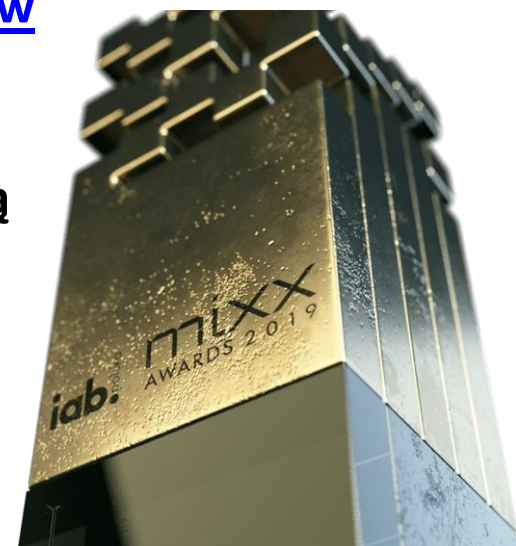
- **Realny wpływ na rozwój rynku digital poprzez tworzenie standardów branżowych, raportów, poradników, zbiorów case studies, a także programów studiów i systemu certyfikacji [DIMAQ](#).**



- **Promocja – pozycjonowanie eksperckie, relacje z mediami, uczelniami i polecanie pracowników firm jako specjalistów w danej dziedzinie.**

Członkostwo - Korzyści

- Obecność w roli prelegentów podczas największych konferencji branżowych: [Forum IAB](#), [Mixx Awards](#), [IAB HowTo](#).
- System dużych zniżek na konferencje i inne eventy organizowane przez IAB Polska.
- Możliwość umieszczenia logotypu na [Mapie Podmiotów Internetowych IAB Polska](#).
- Udział w pracach grup roboczych, których członkami są przedstawiciele firm zrzeszonych w IAB.



Grupy Robocze - Najważniejsze informacje

IAB Polska zrzesza 230 firm członkowskich, których reprezentanci pracują w 16 aktywnych grupach roboczych.

- GR Afiliacja
- GR Audiowideo
- GR Adbloki
- GR Badania
- GR Content Marketing i Reklama Natywna
- GR Cyberbezpieczeństwo
- GR E-commerce
- GR PR
- GR Programmatic
- GR Prawna
- GR SEM
- GR Social Media
- GR Viewability
- GR E-mail Marketing
- GR Gry/e-sport
- GR Mobile Marketing

<https://iab.org.pl/grupy-robocze/>

Grupy Robocze - Najważniejsze informacje

Przykładowe działania grup:

- **Standardy/dobre praktyki/kodeksy postępowania**
- **Raporty**
- **Badania**
- **Poradniki/publikacje edukacyjne**
- **Casebooki**
- **Konferencje HowTo**



<https://iab.org.pl/standardy-i-dobre-praktyki/>

<https://iab.org.pl/badania-i-publikacje/>

Grupy Robocze - Cele

- **popularyzacja i rozwój rynku** internetowego i interaktywnego jako niezależnego medium oraz istotnego elementu wykorzystywanego w komunikacji marketingowej;
- szeroko pojęta **edukacja** rynku w zakresie wykorzystania potencjału internetu;
- tworzenie i prezentowanie **standardów jakościowych**;
- budowanie wśród klientów świadomości zakresu oczekiwań względem medium i rynku usług internetowych;

Grupy Robocze - Cele

- prowadzenie **badania** i wypracowanie wysokich standardów badawczych;
- dostarczanie wiedzy o kształtującym się ustawodawstwie internetu oraz wpływanie na **kształt przepisów** regulujących funkcjonowanie rynku mediów interaktywnych;
- poparte autorytetem **reprezentowanie interesów** firm z branży reklamy interaktywnej, sprzedaży elektronicznej oraz marketingu online, a także stymulowanie dialogu między tymi segmentami rynku.



Grupy Robocze - Korzyści

Uczestnicząc w Grupach Roboczych i realizując wyżej wymienione cele, członkowie IAB:

- Mają okazję do nawiązania **nowych kontaktów biznesowych** oraz **omówienia problemów i zagadnień wspólnych dla danego sektora** czy branży.

IAB zapewnia **neutralny grunt**, dla konkurujących ze sobą na co dzień firm. Dzięki temu możliwe jest wypracowanie wspólnych stanowisk dotyczących tematyki szeroko pojętej komunikacji cyfrowej.

Grupy Robocze - Korzyści

- **Promują własne firmy** oraz pozycjonują siebie, jako osoby aktywnie wspierające rozwój branży marketingu interaktywnego dzięki zaangażowaniu w projekty realizowane przez Grupę (poradniki, zbiory dobrych praktyk, eventy konferencyjno-warsztatowe itp.);
- Mogą korzystać z **możliwość współpracy** pomiędzy innymi Grupami Roboczymi i firmami członkowskimi, w celu **edukacji swoich pracowników** (szkolenia, warsztaty, showcase i inne);



Kontakt



IAB Polska

Ania Garwolińska

a.garwolinska@iab.org.pl

+48 515 298 577