

TÜRKİYE’NİN DİJİTAL BAŞARISI ULUSLARARASI ARENADA DA YANKI BULUYOR

Türkiye’nin dijital pazarlama alanındaki başarıları dünyada farklı platformlarda ön plana çıkmaya devam ediyor. IAB ABD’nin dünya çapında MIXX ödülü kazanmış başarılı dijital projelerden seçme örnekleri paylaştığı MIXX Global Insights Report’da bu yıl da Türkiye’den 2 proje yer alacak. 2016 yılı 3. çeyrekte yayınlanacak raporda Türkiye’den yayınlanacak projeler; Deneysel ve Yenilikçi Kategorisinde Peugeot ve Voden Reklam projesi olan Peugeot TweetCar ve Ev Dışı Dijital Kategorisinde ise Unilever ve Manajans/JWT projesi Axe Black Sessiz Vitrin oldu.

Between Us’a MIXX Awards Europe’dan 8 Ödül

IAB Europe tarafından düzenlenen ve ödül töreni Mayıs ayında Lizbon’daki Interact Kongresi’nde gerçekleştirilen MIXX Awards Europe’da Türkiye’den Vodafone’un “Between Us” projesi başta Grand Prix Ödülü olmak üzere 8 ayrı ödül kazandı. Ödülü, “Between Us” projesini gerçekleştiren Y&R Team Red Istanbul ve Mindshare aldı.

Cannes Lions Uluslararası Yaratıcılık Ödüleri’ne IAB Türkiye’den Üye!

IAB Türkiye’nin kurucu üyelerinden ve IAB Türkiye Başkan Yardımcısı Neslihan Olcay, 18-25 Haziran 2016 tarihleri arasında Fransa’da düzenlenecek Cannes Lions Uluslararası Yaratıcılık Ödüleri Festivali’nde Medya Bölümü Jüri üyesi olarak görev yapacak.

Sektörde yirmi yılı aşkın tecrübesi bulunan Maxus Türkiye CEO’su Olcay, 2013 yılından bu yana IAB Türkiye Başkan Yardımcısı ve Eğitim Yürütme Kurulu Başkanı görevini sürdürüyor. Olcay, aynı zamanda Reklamcılar Derneği Basın İzleme Araştırma Komitesi (BİAK) temsilcisi ve Ekim 2012’de yayınlanan Markaloji Markaya Dair Her Şey adlı kitabın yazarlarından biri.

Cannes Lions Uluslararası Yaratıcılık Festivali tüm dünyadan yaratıcı iletişim uzmanları ve reklamcıları bir araya getiren en büyük etkinlik olarak kabul ediliyor. 16 kategorideki jüri sektördeki dünya çapındaki uzmanlardan oluşuyor.

IAB Türkiye Hakkında

43 ülkede faaliyet gösteren IAB (Interactive Advertising Bureau), tüm dünyada interaktif reklamcılığın gelişmesi, reklam yatırımlarından daha fazla pay alması için çalışıyor. Bu amaç doğrultusunda reklamverenlere, ajanslara ve medya ajanslarına interaktif iletişimin katma değerini anlatıyor. Kamu nezdinde yürüttüğü çeşitli faaliyetlerle endüstrinin doğru ve nitelikli biçimde büyümesine katkı sağlıyor. Merkezi Amerika da bulunan IAB’nin, Avrupa’daki ülke bazlı örgütlenmesi IAB Europe tarafından koordine ediliyor. IAB Türkiye, dijital endüstride reklam ve pazarlama alanlarında düzenleme yapmak üzere 23 sektör temsilcisi tarafından, 2007’de bir platform olarak kuruldu ve 2011 Temmuz ayında dernekleşme sürecini tamamladı. IAB Türkiye’nin şu an 191 üyesi bulunuyor.