

## **IAB Türkiye Araştırma Şirketini Seçti**

# **IAB Türkiye İnternet Ölçümleme Araştırması Gemius-Nielsen Konsorsiyumuna Emanet**

IAB Türkiye'nin dijital sektörün nabzını ölçmek için 2010 yılından bu yana gerçekleştirdiği İnternet Ölçümleme Araştırması'nın üçüncü dönem ortağı Gemius-Nielsen konsorsiyumu oldu. İlk duyurusu 6 Ocak'ta yapılan sunuma davet edilen 4 firmanın teklifleri IAB Türkiye Teknik Yürütme Kurulu ve Yönetim Kurulu üyeleri tarafından titiz bir çalışmayla değerlendirildi. Değerlendirme sırasında öncelikle metodolojik yaklaşım ve teknik yeterlilik irdelendi, firmalar bu özellikleriyle puanlandı. 2019 yılının sonuna kadar Gemius-Nielsen konsorsiyumu ile ilerleme kararı alındı. Bu kararda özellikle 2017'nin ilk çeyreğinde günlük raporlamaya geçilebilecek olması etkili oldu. IAB Türkiye yetkilileri internet gibi hızlı bir mecranın günlük bazda ölçümlenmesinin, medya planlama ve optimizasyon açısından çok değerli olduğuna vurgu yaptı.

**Bu dönem, Gemius'un araştırmadaki 3. dönemi olacak. IAB Türkiye İnternet Ölçümleme Araştırması'nın sonuçları halen Deloitte tarafından düzenli olarak denetleniyor.**

### **Araştırma Önemli Yeniliklerle Sektörün Nabzını Tutmaya Devam Edecek**

IAB Türkiye, 2010 yılından bu yana düzenli olarak yürüttüğü İnternet Ölçümleme Araştırması ile pazara güvenilir araştırma verisi sağlamayı, sektörün sağlıklı biçimde büyümesi için gerekli temel parametrelerin teminini, planlama, satın alma ve satış işlemlerinin veriye dayalı olarak yapılmasını amaçlıyor. Araştırma çıktıları yeni dönemde de farklı platformların performansını ortaya koyarak, kullanıcıların sosyo-demografik statüleri, genel olarak davranışları ve yaşam biçimleri hakkında bilgi verecek.

Araştırma, tüm platformların (PC, tablet, akıllı telefon) ve video sitelerinin ölçümlemesini kapsıyor. Yeni dönemde mobil uygulamaların ölçümlemesi, birden fazla cihaz kullanımından kaynaklanan duplikasyondan arındırılmış toplam erişim ve günlük rapora geçilmesi konularına da odaklanılacak.

### **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 189 üyesi bulunuyor.