



ARHIV DRUŽBOSLOVNIH PODATKOV

Gradivo vezano na raziskavo

Novinarstvo v ekonomiji pozornosti, 2023

ADP-IDNo: NOVEP23

DOI: https://doi.org/10.17898/ADP_NOVEP23_V1

Vodič intervjuja za tržne analitike

Vodič intervjuja

Tržni analitiki

1. O podatkih

katere podatke o oglaševalskem trgu zbirate in analizirate?

Kaj so viri podatkov in njihove omejitve?

2. Ključni trendi

Kateri so najpomembnejši trendi, ki ste jih zaznali v preteklih desetih letih (od okrevanja po veliki recesiji)?

tesnejše sodelovanje pri načrtovanju in produciranju vsebine

novi produkti in načini sodelovanja (npr. posnemovalno oglaševanje)

tehnološko pogojene spremembe (algoritmizacija, personalizacija, metrike)

Kateri so ključni dejavniki za temi trendi?

Digitalizacija

Spremembe pri delovanju oglaševalcev oz. medijev

Vstop novih akterjev (medijev/oglaševalcev/platform)

Kaj pa za naprej? Kateri so najpomembnejši trendi, za katere menite, da bodo zaznamovali prihodnja leta?

Ali lahko algoritmično ciljanje, ki ga razvijajo velike iskalne platforme ali lastniki družbenih platform izpodrine oglaševalce?

Kateri so ključni dejavniki za temi trendi?

Tehnološke spremembe

Spremembe pri delovanju oglaševalcev oz. medijev

Vstop novih akterjev (medijev/oglaševalcev/platform)

Kaj za oglaševalce pomeni pojav tehnoloških podjetij (programatični zakup) v panogi?

Kako močna je konkurenca v panogi in kaj to pomeni za inovacije v panogi?

Kolikšno nevarnost za oglaševalce predstavljajo programi za blokiranje oglasov?

3. Posebnosti Slovenskega trga

V katerih pomembnih vidikih Slovenski oglaševalski trg odstopa od globalnih trendov? Kaj so razlogi za to?

dominantna vloga televizije in počasen prehod na digitalno

programatični zakup

algoritmizacija in personalizacija oglasov

4. Tehnologija

Kateri tehnološki dejavniki so najpomembneje zaznamovali oglaševalski trg v Sloveniji?

uporaba novih tehnologij pri obstoječih akterjih (medijih in oglaševalcih)

pojav novih akterjev (digitalnih platform)

Kakšno vlogo imajo podatki in metrike?

5. Novi kanali in produkti

Kakšna je vloga novih kanalov, s katerimi oglaševalci dosegajo občinstva (digitalne platforme, vplivneži)?

Se tradicionalni mediji odzivajo s ponudbo novih produktov? Katerih?