

Warszawa, 30 sierpnia 2022 r.

## „Metaverse to przyszłość internetu” - Robert Bednarski w IAA POWER PODCAST

Gościem trzeciego podcastu IAA POWER PODCAST był **Robert Bednarski, Country Director Central & Eastern Europe, Meta.**

Ekspert w dziedzinie rynku cyfrowego, ekonomii, finansów i zarządzania, który karierę związał z nowymi technologiami. Jako Dyrektor na Europę Środkowo-Wschodnią od 7 lat zarządza działaniami Mety w regionie i współpracuje z klientami firmy. Wcześniej pełnił funkcję prezesa zarządu Grupy Onet.pl, gdzie przez 15 lat bezpośrednio uczestniczył w kształtowaniu polskiego rynku mediów.

Jakie jest spojrzenie **Roberta Bednarskiego** na przyszłość Internetu? W co powinny inwestować firmy technologiczne? A na co powinien zwrócić uwagę internetowy twórca, odbiorca lub marketer?

Odpowiedzi na te pytania znajdziecie w podcaście dostępnym na:

**Spotify:** <https://open.spotify.com/episode/4qGNKSCff4vIDFnV5eKOVZ?si=YZuOQViuRYaG1vPIOTT05Q&nd=1>

- oraz w wersji video na YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=NUO5bISx6I0>

Prowadząca rozmowę **Agnieszka Sora, Regional Consulting Lead NCE GfK, Prezeska IAA Polska**, zapytała między innymi o to, jak metaverse wpłynie na komunikację marketingową marek.

Oto co odpowiedział **Robert Bednarski**: *„Metaverse wpłynie ogromnie na marketing i już dziś widzimy tę pozytywną zmianę. Mówiąc o perspektywach, warto popatrzeć szerzej, czym ten metaverse w praktyce będzie. Gdy myślimy o metaverse, to w szczególności myślimy o wykorzystaniu rzeczywistości rozszerzonej i wirtualnej w bardzo wielu obszarach codziennego życia – począwszy od bycia ze sobą i komunikowania się, w sytuacji, gdy obecność fizyczna nie jest możliwa, poprzez wszelkie zastosowania w pracy, edukacji, medycynie, rozrywce, podróżach, zakupach, czy w kształtowaniu świadomości brandów. Mówimy o bardzo szerokim spektrum nowych możliwości - pojawia się gigantyczna płaszczyzna do wykorzystania dla małych i dużych firm, by w tej przestrzeni być i z niej korzystać – w pełnym wymiarze tunelu marketingowego, od kształtowania świadomości poprzez wszystkie etapy, aż do zakupów. (...) Wierzymy, i takie są dziś badania, że w perspektywie 10 lat około miliarda ludzi będzie korzystać z różnego rodzaju funkcjonalności metaverse. W ślad za tym będzie tworzył się olbrzymi rynek o wartości dziesiątek miliardów dolarów. Jest to wyjątkowa szansa dla tych, którzy będą tworzyć technologię, ale i dla kreatywności – zarówno osób indywidualnych, jak i firm.”*

Więcej inspiracji w tym i kolejnych podcastach IAA POWER PODCASTS – nowym formacie branżowej dyskusji, proponowanej przez IAA Polska.

---



IAA Polska jest jedyną organizacją w kraju, która skupia przedstawicieli wszystkich uczestników procesu komunikacji reklamowej: z mediów, agencji oraz reklamodawców z rozmaitych branż. Aktualnie jest ich już ponad 160 i to grono stale się powiększa.

**Misją IAA Polska** jest kształtowanie zrównoważonego rozwoju rynku komunikacji marketingowej - z poszanowaniem zasad etycznych. Kluczowe wartości dla IAA Polska to transparentcja, inkluzywność i współpraca, a przede wszystkim dialog: z partnerami zewnętrznymi, ale też wewnątrz branży. Stowarzyszenie występuje w imieniu całego środowiska: wpływa na otoczenie legislacyjne, promuje dobre praktyki, upowszechnia wiedzę na temat innowacji i nowych trendów, realizując konkretne projekty.

IAA Polska Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy jest częścią największego stowarzyszenia marketingowego na świecie, istniejącego od 1938 roku. W Polsce działa nieprzerwanie od 1993 r.

**Kontakt:**

**Monika Strogulska-Dwojak**

PR Manager

IAA Polska Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy

Tel. **+48 507 977 686**

e-mail: [m.strogulska@iaa.org.pl](mailto:m.strogulska@iaa.org.pl)