

ISTRAŽIVANJE STAVOVA STRUČNE JAVNOSTI O EFFIE AWARDS SRBIJA FESTIVALU

januar 2026.



METODOLOGIJA

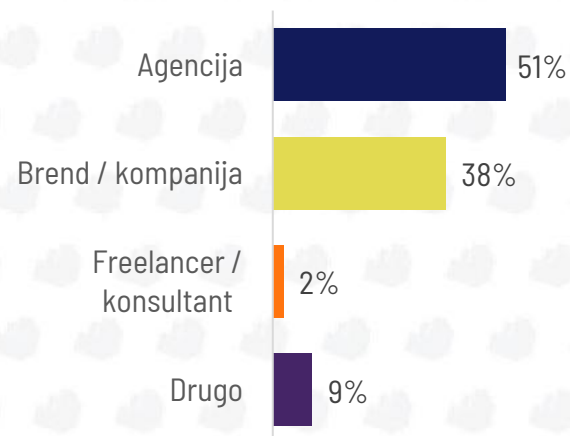
TIP UZORKA
Prigodni

VELIČINA UZORKA
174 ispitanika

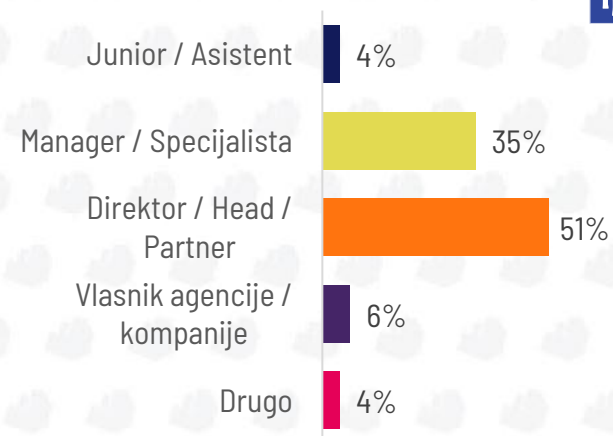
METOD PRIKUPLJANJA
PODATAKA:
100% CAWI

Vreme prikupljanja podataka:
18.-27.12. 2025

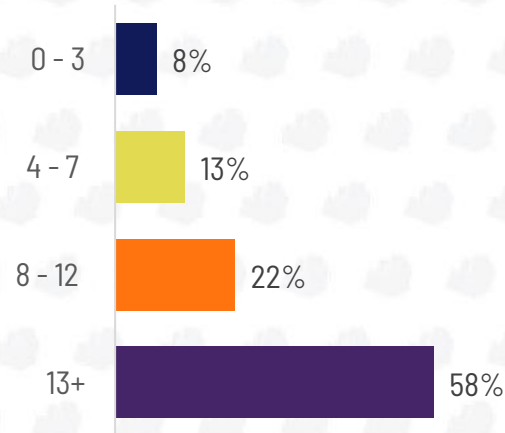
RADNO MESTO



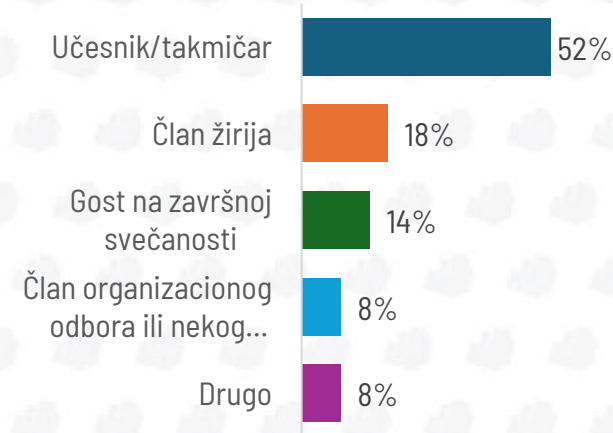
POZICIJA



GODINE ISKUSTVA



ULOGA



DISCLAIMER:

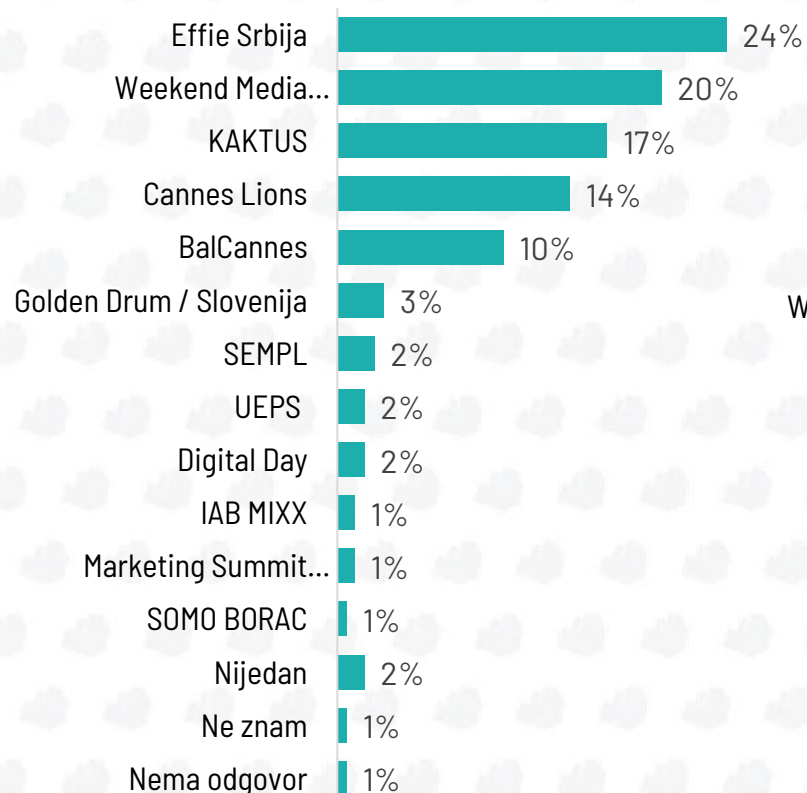
Imajući u vidu činjenicu da su učesnici u istraživanju znali funkciju samog istraživanja i da im je u pozivnom pismu pružena informacija o IAA organizaciji koja sprovodi istraživanje, to je moglo da ima efekte na visinu indikatora poznatosti EFFIE SRBIJA FESTIVAL-a (ali i drugih indikatora). Pored toga, treba imati u vidu i da je izbor samih ispitanika bio prigodan, odnosno, da su kontaktirane osobe koje su imale u prošlosti neki kontakt sa IAA organizacijom i EFFIE SRBIJA FESTIVALOM. Uz to, samo istraživanje je komunicirano i široj stručnoj javnosti, ali je većina ispitanika imala iskustva sa Effie-jem ili IAA. Svakako ovim se ne želi umanjiti visoka pozicija EFFIE SRBIJA FESTIVALA na indikatorima Brand Awareness-a, ali je važno imati ukupan kontekst realizacije samog istraživanja prilikom tumačenja dobijenih rezultata.

Spontana poznatost brenda

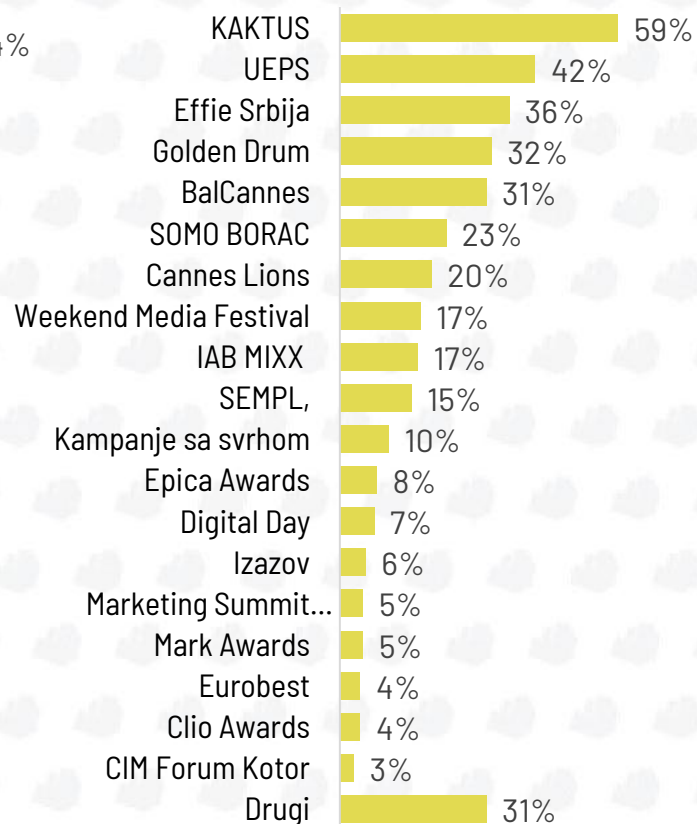
Statistically higher/lower than previous wave



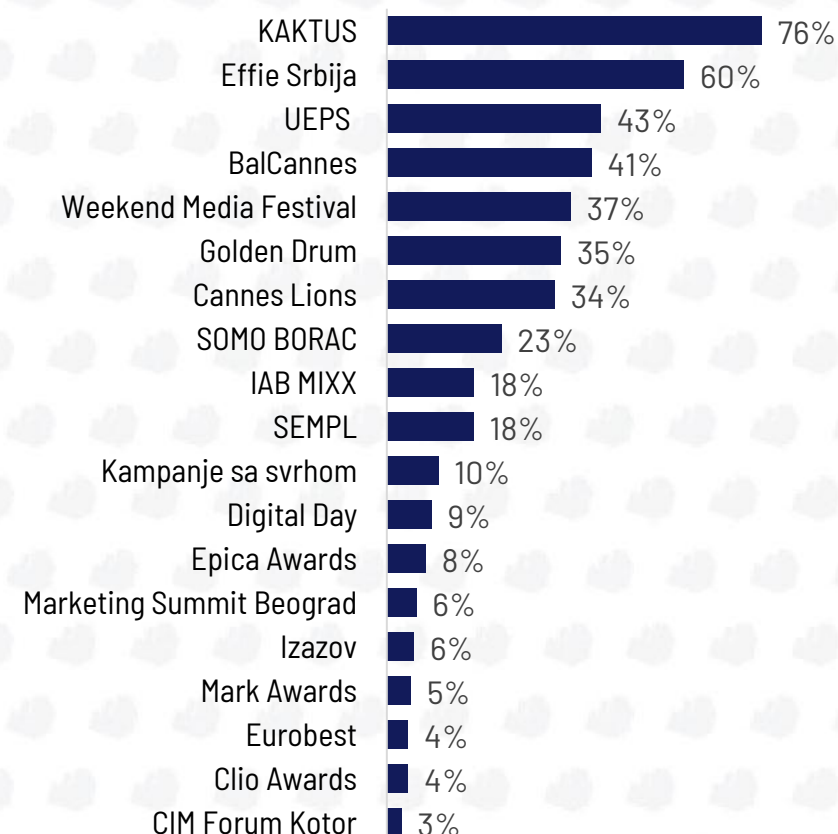
Top of Mind



Ostali spomenuti



TOTAL spontaneous



Q1. Kada razmišljate o marketing, advertising festivalima koji vam prvi padne na pamet? SPONTANO

Q2. Za koje još marketing i advertising festivale znate? SPONTANO

Višestruki odgovori; Baza: Svi ispitanici

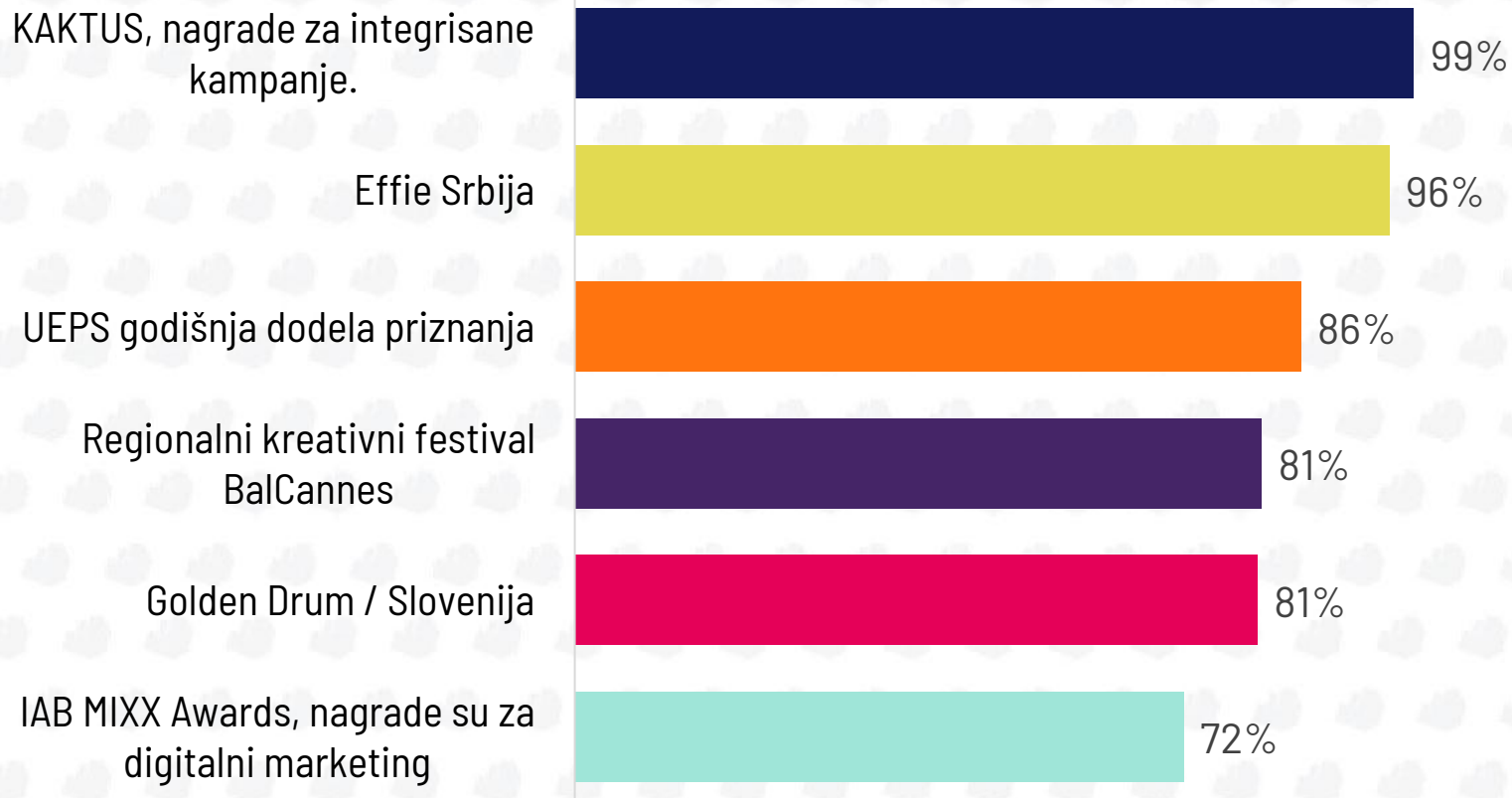
Poznatost brenda

EFFIE SRBIJA ima najjači TOP OF MIND, ali na ukupnoj spontanoj poznatosti KAKTUS prelazi vođstvo.

Pored toga, treba imati u vidu i da je izbor samih ispitanika bio prigodan, odnosno, da su kontaktirane osobe koje su imale u prošlosti neki kontakt sa IAA organizacijom i **EFFIE SRBIJA FESTIVALOM**. Uz to, samo istraživanje je komunicirano i široj stručnoj javnosti, ali je većina ispitanika imala iskustva sa Effie-jem ili IAA.

Svakako ovim se ne želi umanjiti visoka pozicija **EFFIE SRBIJA FESTIVALA** na indikatorima Brand Awareness-a, ali je važno imati ukupan kontekst realizacije samog istraživanja prilikom tumačenja dobijenih rezultata.

 Statistically higher/lower than previous wave

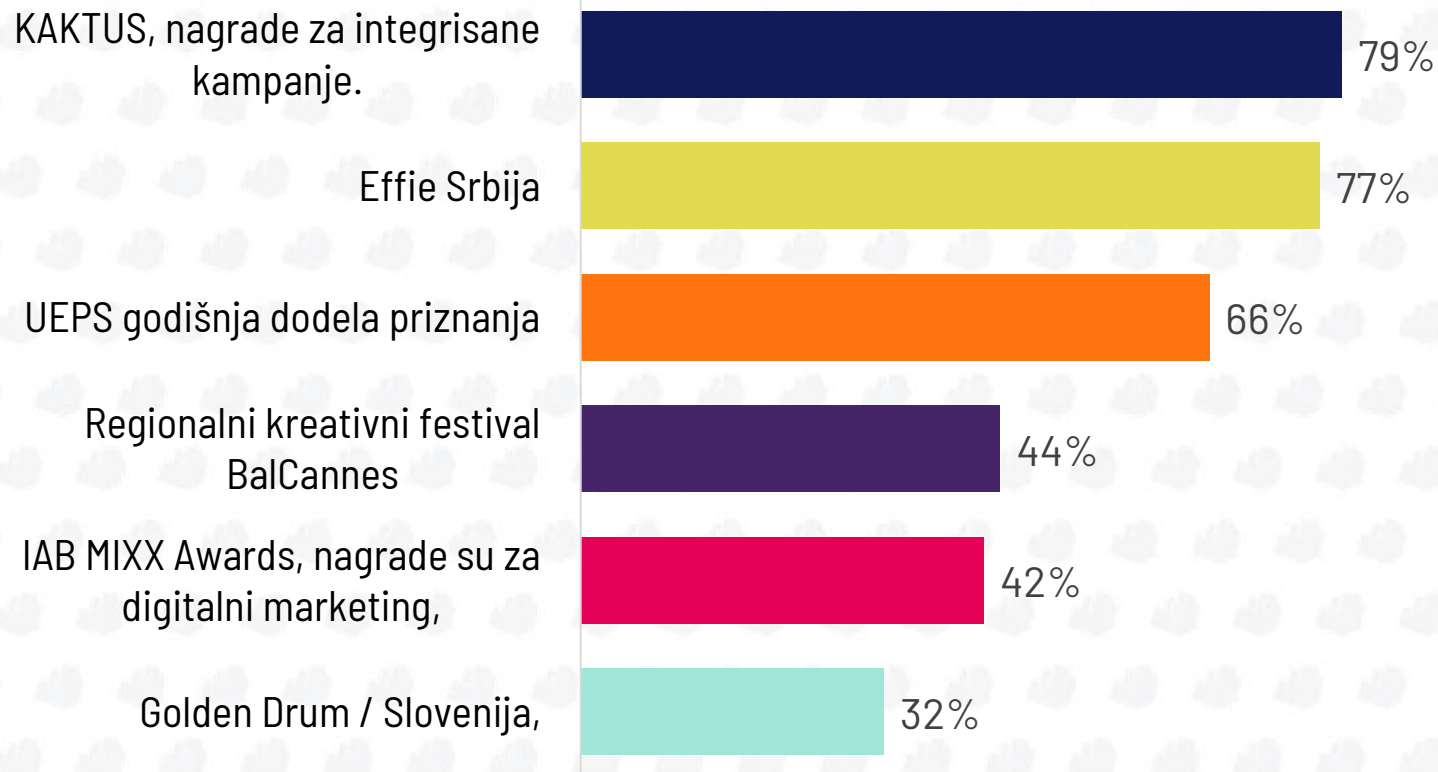


Q3_1 Za koje od navedenih marketing i advertising festivala ste čuli?
Višestruki odgovori; Baza: Svi ispitanici

Učesničko iskustvo

Najveći procenat ispitanika je imao prilike da učestvuje u KAKTUS regionalnom festivalu integrisanih komunikacija, a odmah iza njega sledi **EFFIE SRBIJA**.

Značajno iza ova dva vodeća lokalna/regionalna festivala, po broju učesnika se našla manifestacija Udruženja ekonomskih propagandista Srbije, a daleko iza vodeće trojke su BalCannes i IAB MIXX Awards.

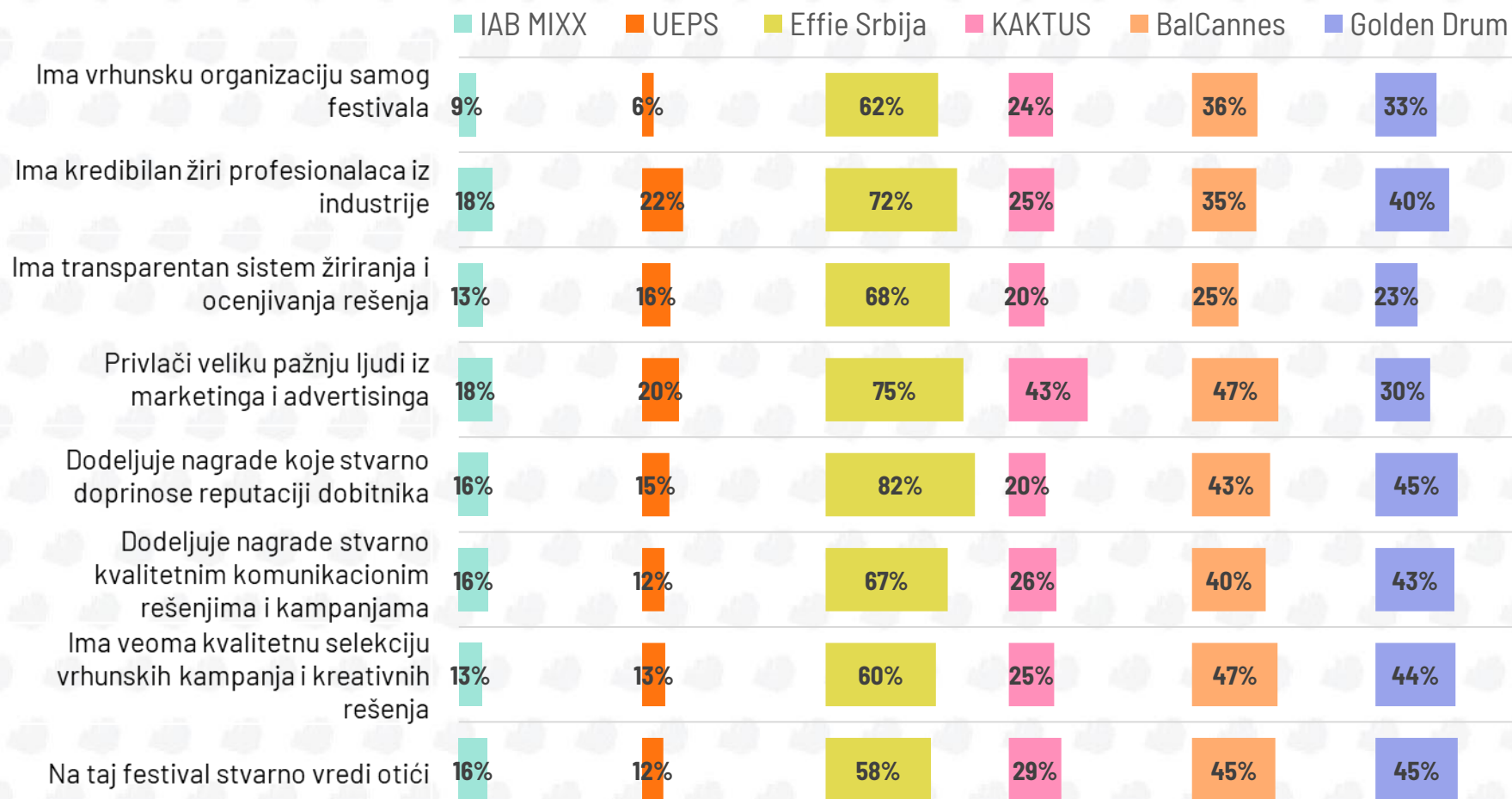


Q4_1 Kom od njih ste imali prilike i da učestvujete na
Višestruki odgovori; Baza: Svi ispitanici

Image brenda

Imajući u vidu prethodne opservacije vezane za uzorak nije iznenađujuće da je **EFFIE SRBIJA FESTIVAL** na indikatorima Brand Imagea ostvario ovako visoke skorove.

Po svim analiziranim stavkama njegova pozicija u poređenju sa konkurentskim marketinškim i advertising manifestacijama je superiorna.



Q5. Za koji ili koje od festivala za koje ste čuli ili im prisustvovali biste rekli da...
Višestruki odgovori; Baza: Svi ispitanici

Image brenda

Međutim kada se postignuća na imidž ajetemima transformišu (dvostrukom indeksacijom) u takozvanu Fair Share analizu, gde se amortizuje broj (procenat) odgovora koji su različiti brendovi dobijali (a koji u suštini favorizuje poznatije brendove sa većim stepenom korisničkog iskustva), dolazimo do nešto drugačije slike.

U ovoj analizi se može konstatovati da **EFFIE FESTIVAL** ima jednu relativnu snagu (transparentan sistem žiriranja i ocenjivanja; i dve slabosti (kvalitet selekcije kampanja i rešenja i privlačnu snagu)

Nasuprot tome, UEPS godišnja dodela priznanja ima tri jake strane (snage): kredibilan žiri, transparentan sistem žiriranja i pažnju koju izaziva kod predstavnika B2B javnosti. Slabosti ove manifestacije su: nagrade koje su zaslužene, selekcija rešenja i privlačna snaga za učešće.

U ovom kontekstu se još izdvaja i KAKTUS festival sa velikom pažnjom koju izaziva kod B2B javnosti.

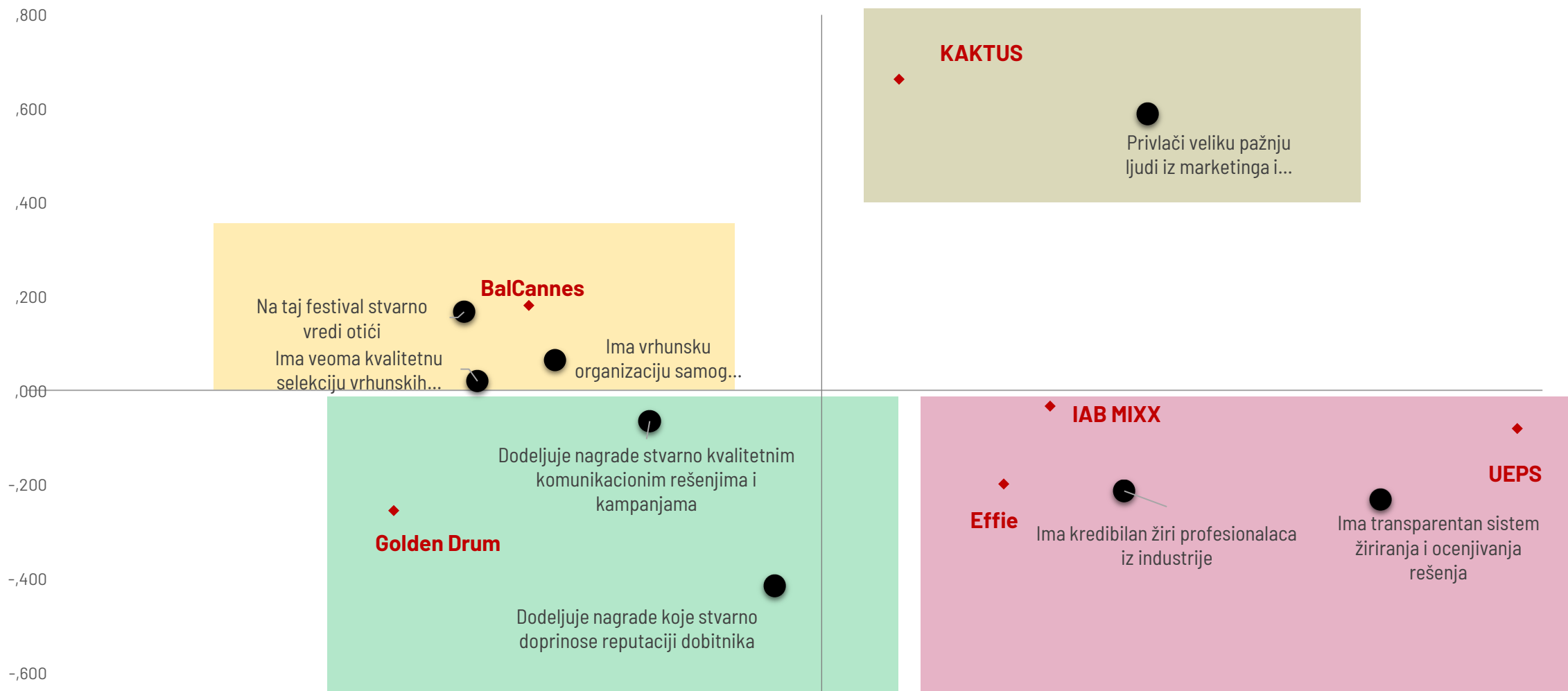
relativne slabosti

relativne snage

	IAB MIXX	UEPS	Effie Srbija	KAKTUS	BalCannes	Golden Drum
Ima vrhunsku organizaciju samog festivala	73	52	107	108	106	104
Ima kredibilan žiri profesionalaca iz industrije	117	147	100	89	84	100
Ima transparentan sistem žiriranja i ocenjivanja rešenja	108	132	122	91	78	74
Privlači veliku pažnju ljudi iz marketinga i advertisinga	106	120	95	141	102	68
Dodeljuje nagrade koje stvarno doprinose reputaciji dobitnika	99	94	110	70	98	108
Dodeljuje nagrade stvarno kvalitetnim komunikacionim rešenjima i kampanjama	106	83	97	97	100	112
Ima veoma kvalitetnu selekciju vrhunskih kampanja i kreativnih rešenja	85	88	89	94	118	116
Na taj festival stvarno vredi otići	103	79	84	108	113	117

Q5. Za koji ili koje od festivala za koje ste čuli ili im prisustvovali biste rekli da...
Višestruki odgovori; Baza: Svi ispitanici

KORESPODENTNA ANALIZA



Izvor informisanja

Kada su u pitanju izvori informisanja biznis javnosti o **EFFIE SRBIJA FESTIVALU**, dominiraju WOM komunikacije među samim predstavnicima ove javnosti kao i informisanje unutar agencija koje uzimaju učešće u takmičarskom delu ove manifestacije.



Q6_1 Kako ste saznali za Effie Srbija festival?

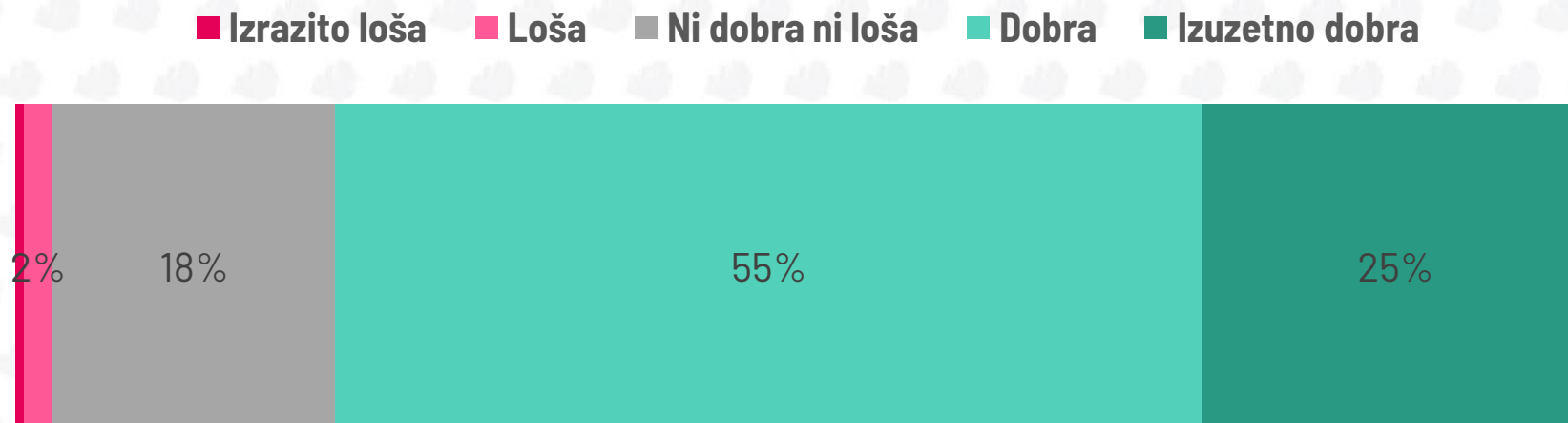
Višestruki odgovori; Baza: Svi ispitanici koji su naveli da su čuli za Effie Srbija festival; 96% uzorka;

Reputacija

Statistically higher/lower than previous wave



Pitanje reputacije **EFFIE SRBIJA FESTIVALA** (uz sve ograde koje smo naveli u prethodnim analizama vezanim za uzorak) se čini da nije upitna. ¼ učesnika u istraživanju je ocenjuje kao izuzetno dobru, dok dodatnih 55% smatra da je reputacija dobra, što znači da 80% B2B javnosti ocenjuje da ova manifestacija ima solidnu reputaciju. Prosečna ocena na skali od 1 do 5 je 4.



Q7 Kako biste vi, generalno, ocenili reputaciju Effie Srbija festivala?
Baza: Svi ispitanici koji su naveli da su čuli za Effie Srbija festival; 96% uzorka

Stavovi

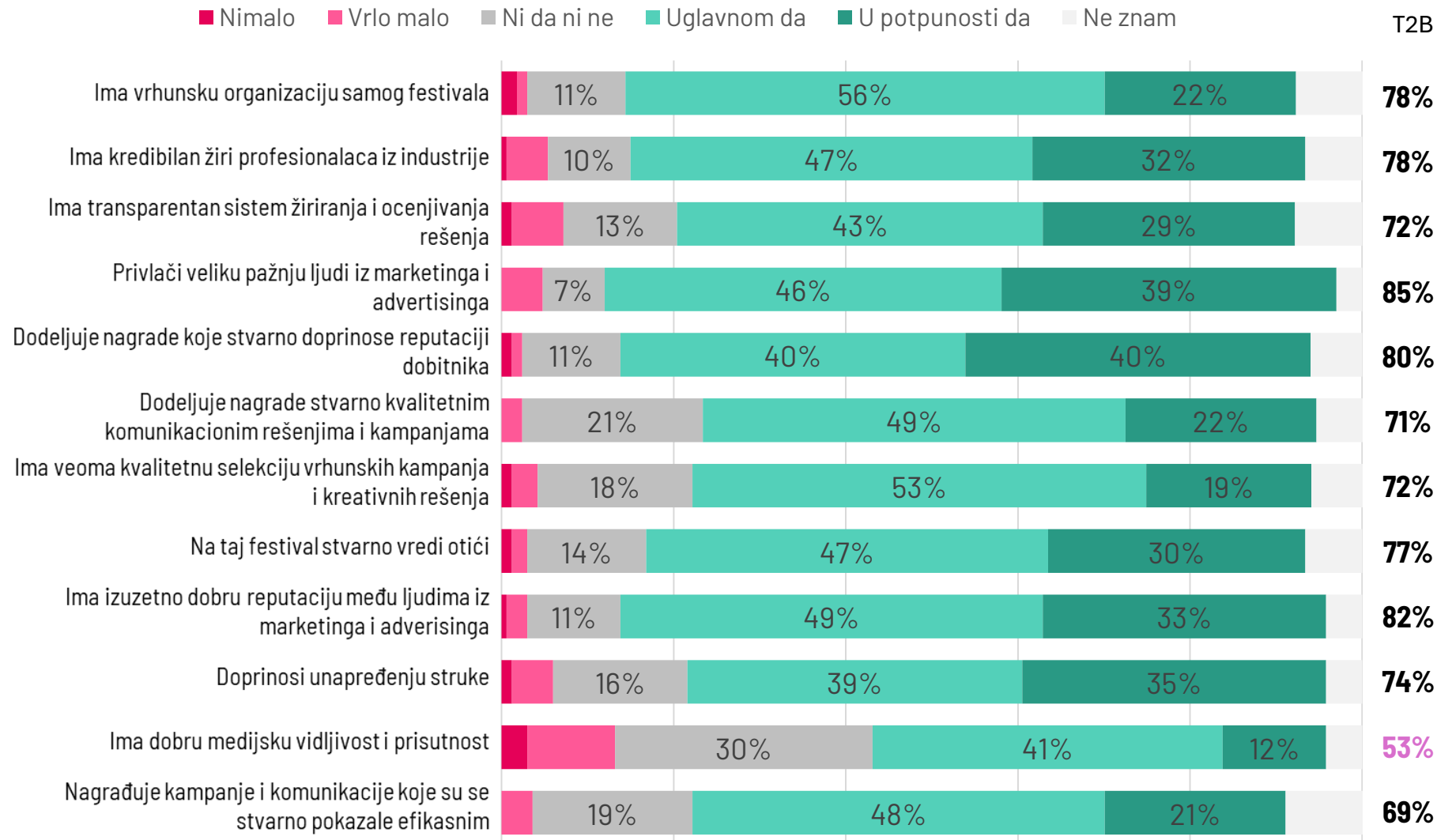
Statistically higher/lower than previous wave



Imajući u vidu prethodne nalaze ne iznenađuju podaci o stavovima B2B javnosti u pogledu ocena koje oni daju različitim aspektima organizacije i realizacije samog procesa selekcije, žiriranja i ocenjivanja komunikacijskih rešenja, kao i elemenata vezanih za samu manifestaciju dodele nagrada.

Sve ocene su pozitivne (visoka procentualna vrednost Top 2 Boxes), odnosno iznad 70%. Jedina dva blaga odstupanja od visokog proseka su medijska podrška samoj manifestaciji i procesu izbora najefikasnijih komunikacijskih kampanja.

Ono što ipak treba naglasiti je nešto veća zastupljenost cena „uglavnom da“ u ukupnoj strukturi pozitivnih ocena u komparaciji sa potpunom saglasnošću sa analiziranim indikatorima.



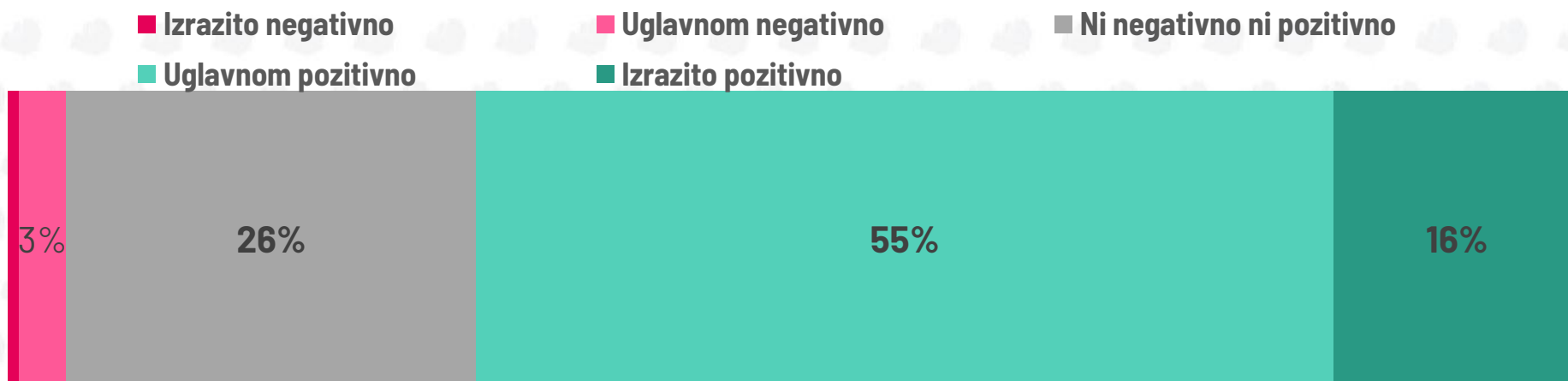
Q8. U kojoj meri bi se, po vašem mišljenju, moglo reći da Effie Srbija festival...
Baza: Svi ispitanici koji su naveli da su čuli za Effie Srbija festival; 96% uzorka

Lično iskustvo

Statistically higher/lower than previous wave



Kada je u pitanju lično iskustvo učešća u **EFFIE SRBIJA FESTIVALU** učesnika istraživanja ocene su ponovo pozitivne ali i dalje dominiraju one blago pozitivnog karaktera (uglavnom da), a srednja ocena na skali od 1 do 5 je 3.8, što je možda i donekle razumljivo.



Q9 Kakvo je vaše lično iskustvo vezano za vaše učešće/prisustvo na Effie Srbija Festivalu?
Baza: ispitanici koji su naveli da su učestvovali na Effie Srbija festivalu; 77% uzorka;

Razlozi

Statistically higher/lower than previous wave



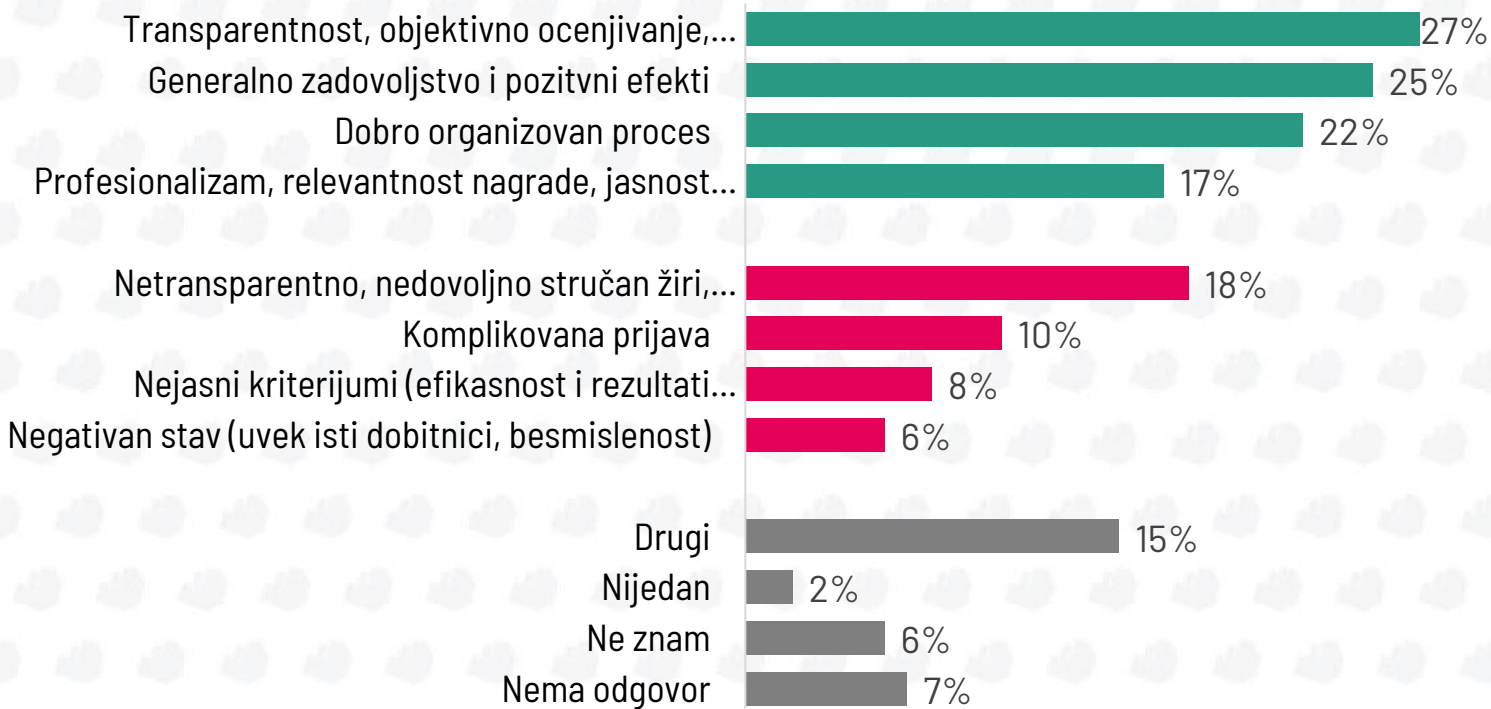
Kada se ocena ličnog iskustva učešća na **EFFIE SRBIJA FESTIVALU** analiziraju iz perspektive spontano iskazanih motiva i razloga za pozitivne ili negativne ocene, dolazimo do sledeće slike:

POZITIVNI RAZLOZI:

- Transparentnost, objektivnost i kredibilnost procesa žiriranja i samog žirija
- Organizacija procesa žiriranja
- Profesionalizam u radu žirija te relevantnost nagrada

NEGATIVNI RAZLOZI

- Netransparentnost procesa i nestručnost žirija
- Komplikovane procedure prijavljivanja
- Nedostatak jasnih kriterijuma za ocenjivanje
- Utisak da nagrade dobijaju uvek isti učesnici



Q10_1_1 Šta biste izdvojili kao glavne razloge (uzroke) takvog vašeg iskustva?

Višestruki odgovori; Baza: Ispitanici koji su dali ocenu svog ličnog iskustva učešća u Effie Srbija festivalu; 61% uzorka.

Fokus za budući rad

Već je iz prethodnih analiza bilo jasno da je očekivanje B2B javnosti da se u budućnosti veći fokus, kada je unapređenje imidža samog **EFFIE FESTIVALA** u pitanju, stavi na medijsku podršku ovoj manifestaciji.

Pored toga, očekivanja se kreću i u većoj transparentnosti samih kriterijuma ocenjivanja i žiriranja i na stručnost i profesionalizam sastava samog žirija koji ocenjuje prispele radove.

 Statistically higher/lower than previous wave



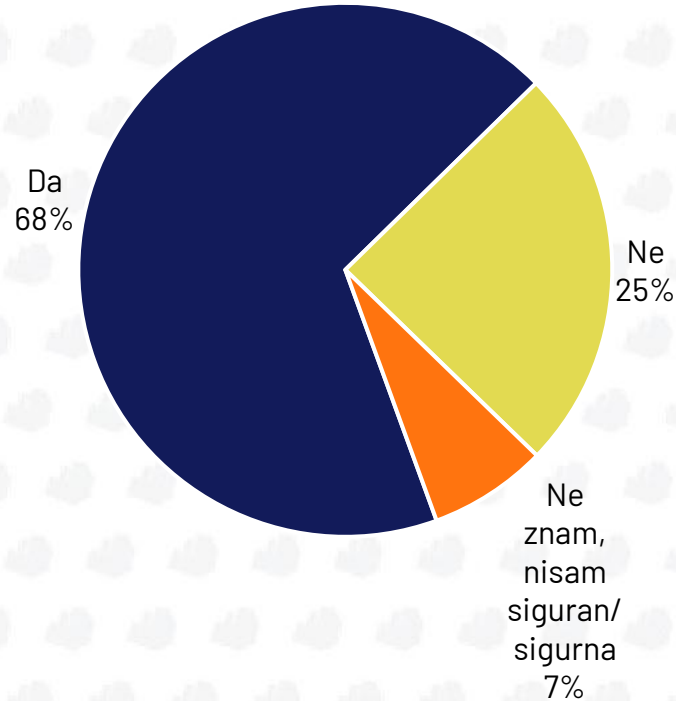
Q8. U kojoj meri bi se, po vašem mišljenju, moglo reći da Effie Srbija festival...
Baza Svi ispitanici koji su naveli da su čuli za Effie Srbija festival; 96% uzorka

Učestvovanje

Skoro 70% učesnika u ovom istraživanju pripada organizacijama koje su učestvovala u nekoj od prethodnih manifestacija **EFFIE SRBIJA**.

Od ¼ njih koji nisu imali prilike da se takmiče za EFFIE nagrade, najveći deo njih to pravda nedostatkom adekvatne kampanje koja bi mogla konkurisati za neku od nagrada na ovoj manifestaciji.

Učestvovanje



Razlozi za neučestvovanje



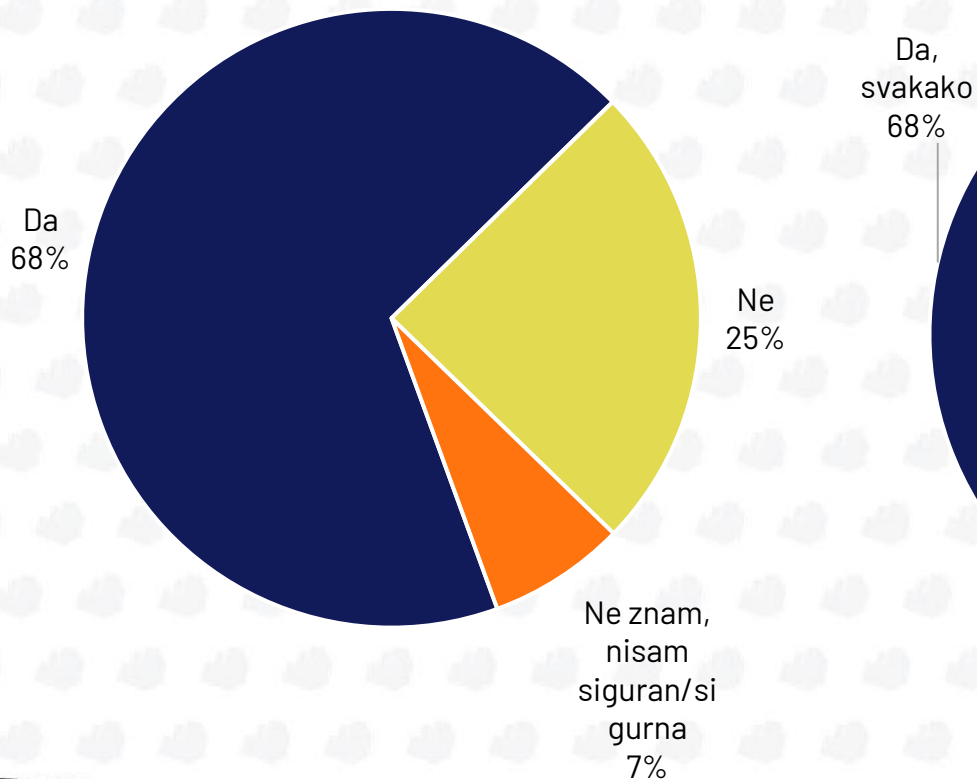
Q12 Da li je organizacija u kojoj trenutno radite bila učesnik u takmičenju za nagradu Effie Srbija Festivala? Baza: Svi ispitanici koji su naveli da su čuli za Effie Srbija festival; 96% uzorka

Q13_1 Koji su razlozi zbog kojih vaša kompanija/agencija nije učestvovala? Višestruki odgovori; Baza: Ispitanici koji nisu učestvovali na festivalu (24% uzorka)

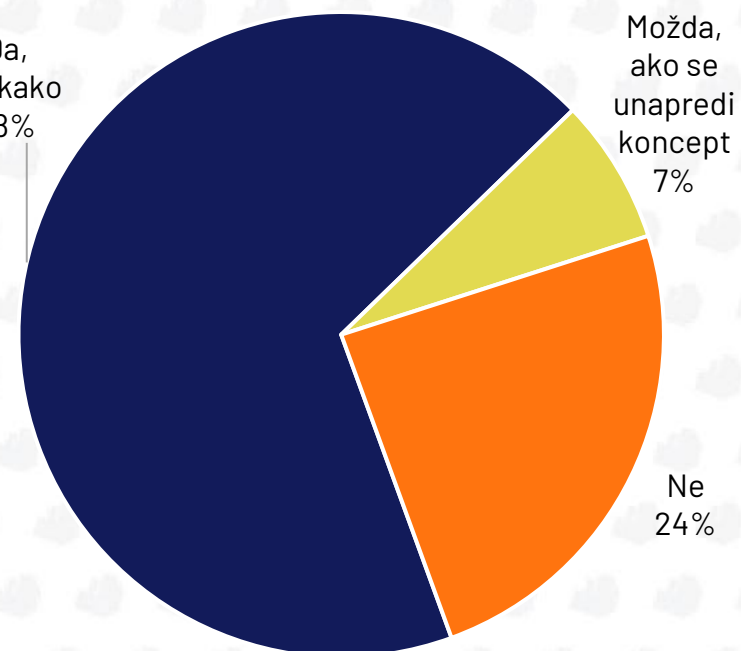
Učestvovanje

Ono što je zanimljivo je podatak da od ¼ predstavnika organizacija koje nisu do sada učestvovali u takmičarskom delu **EFFIE SRBIJA FESTIVALA**, njih skoro 70% iskazuje spremnost da se u budućnosti okuša u samom takmičarskom delu ove manifestacije, što deluje prilično optimistično.

Učestvovanje



Potencijalno učestvovanje u budućnosti



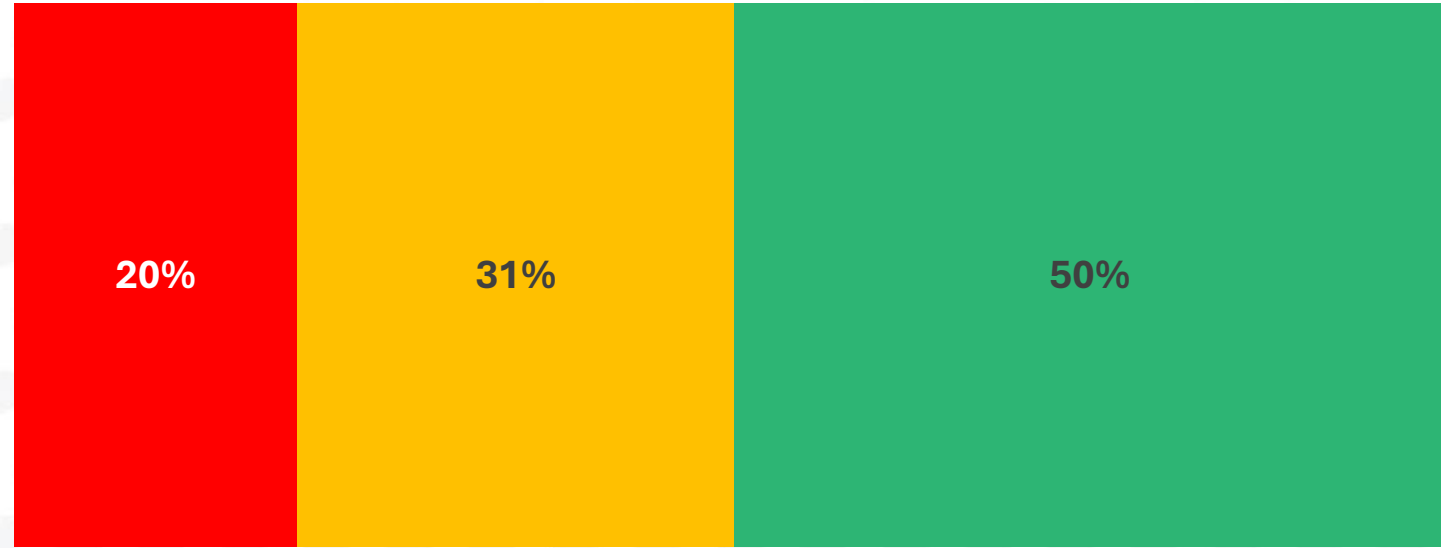
Q12 Da li je organizacija u kojoj trenutno radite bila učesnik u takmičenju za nagradu Effie Srbija Festivala? Baza: Svi ispitanici koji su naveli da su čuli za EFFIE Srbija festival; 96% uzorka

Q14 Da li biste razmislili o mogućnosti učestvovanja na Effie Srbija Festivalu u budućnosti? Baza: Ispitanici koji nisu učestvovali na festivalu (24% uzorka)

NPS

I na kraju ako se uzme u razmatranje poznati Net Promoter Score, onda možemo konstatovati da je on izrazito pozitivan. Procenat Detractora, odnosno onih koji pokazuju negativnu tendenciju prema ovoj manifestaciji, je na nivou od 20%. Procenat Pasivnih (onih koji iskazuju umereno pozitivan stav preporuke vezane za **EFFIE FESTIVAL**) je nešto više od 30%, a procenat Promotera (lojalnih entuzijasta), je izrazito visok 50%

Ukupan NPS skor je u ovom slučaju 30 (%Promoters - %Detractors) što se može smatrati izrazito pozitivnim postignućem.



NPS + 30

■ Detractors (ocene od 1 do 6) ■ Passives (ocene 7 i 8) ■ Promoters (ocene 9 i 10)

Q16 Koliko je verovatno da biste preporučili kolegama, poslovnim partnerima i poznanicima iz industrije učešće na Effie Srbija Festivalu?

Baza: Svi ispitanici koji su naveli da su čuli za Effie Srbija festival; 96% uzorka

Hvala!

