

Szybcy i innowacyjni

Oferta reklamowa GWP 2017 w obszarze motoryzacja



Motoryzacja – fakty



- **50,6%** użytkowników odwiedza serwisy motoryzacyjne*
- **2,6 mln Polaków** kupiło samochód w ciągu ostatniego roku **
- **61% kobiet** deklaruje, że korzysta z pomocy doradców przy wyborze samochodu***
- **78% męskich respondentów** ankiety deklaruje, że przed zakupem samochodu korzysta z jazdy próbnej****

*Źródło: Badanie Gemius/PBI styczeń 2017 w kategorii Motoryzacja

** Źródło: Badanie TGI Millward Brown , styczeń – wrzesień 2016

*** Źródło: Badanie Gender Factor Moto, kobiety

**** Źródło: Badania Gender Factor Moto, internauci kupujący auto w salonie

Motoryzacja – w polskim Internecie



Serwisy motoryzacyjne odwiedza miesięcznie **13,8 mln realnych użytkowników***



58,3% odwiedzających serwisy z kategorii **Motoryzacja** to mężczyźni*



W styczniu 2017 użytkownicy średnio spędzali **1 godzinę 17 minut** na serwisach związanych z kategorią **Motoryzacja**



Serwisy z kategorii **Motoryzacja** uzyskują w polskim Internecie najwyższe dopasowanie w grupie wiekowej **25-54***



Według badania TGI **64,6 % Polaków** deklaruje posiadanie samochodu w gospodarstwie domowym**

* Źródło: Badanie PBI/Gemius, styczeń 2017 w kategorii Motoryzacja

** Źródło: Badanie: Target Group Index, Millward Brown, styczeń – wrzesień 2016

Motoryzacja – treści

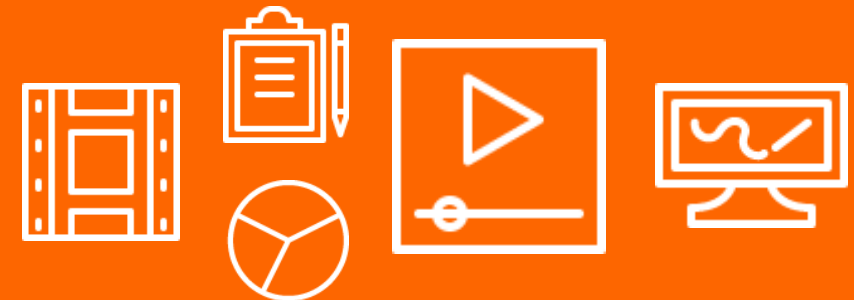


Surfując po sieci, użytkownicy często poszukują:

- treści **poradnikowych**
- **testów** sprzętów, produktów, samochodów
- recenzji
- **analiz** porównawczych
- materiałów „zrób to sam”

Użytkownicy również często konsumują w/w treści poprzez:

- **artykuły** redakcyjne
- materiały **video**
- infografiki
- inne (np. **grafiki dynamiczne**, **cinemagraph**, itp.)



Odpowiadamy na potrzeby użytkowników



Potrzeby odbiorców

Nasze rozwiązania

Profesjonalne doradztwo odnośnie sprzętu i produktów z obszaru motoryzacji

Angażujące i rzetelne treści
z profesjonalnymi recenzjami, testami sprzętów i katalogami produktów

Poszukiwanie inspiracji, trendów i ciekawostek na temat nowych rozwiązań w obszarze motoryzacji

Newsy, relacje video i foto
z najważniejszych wydarzeń w świecie motoryzacji

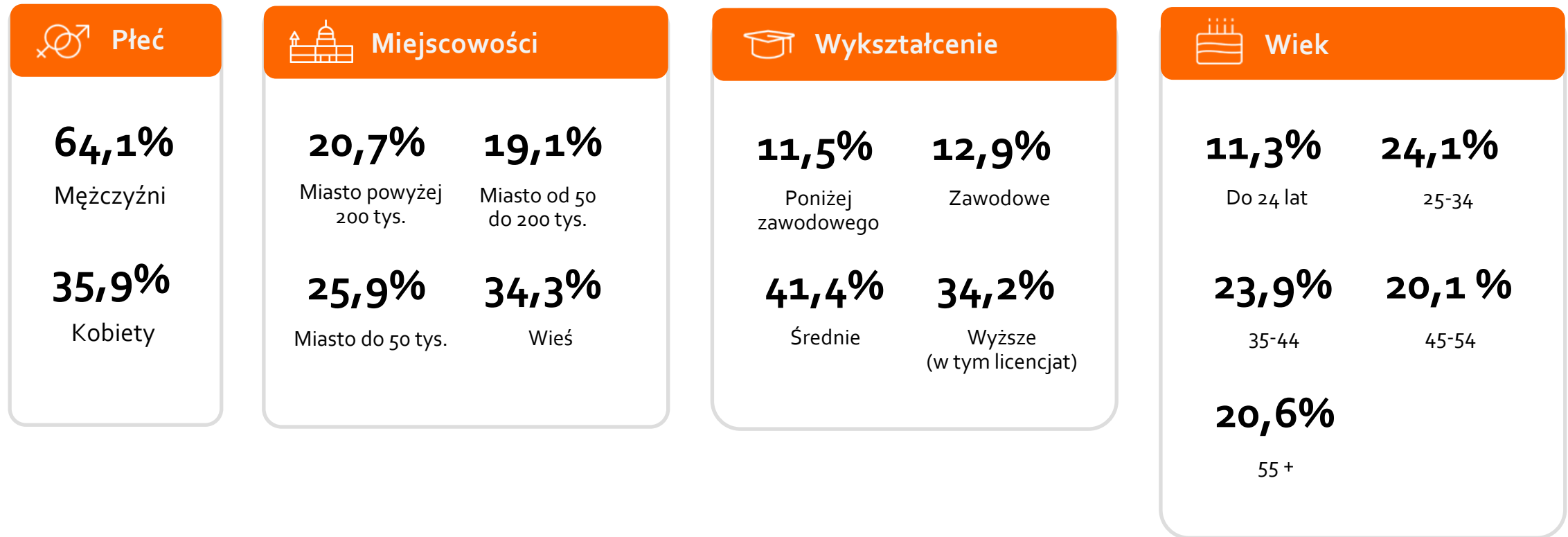
Porady oraz materiały „zrób to sam” z obszaru motoryzacji

Materiały wideo, grafiki, infografiki
z pomysłami na kreatywne wykorzystanie sprzętu i jego możliwości

Szybki dostęp do porad związanych z obszarem motoryzacji

Kompendia wiedzy, przewodniki, treści poradnikowe, fora

Motoryzacja GWP – nasi odbiorcy*



* Źródło: Badanie Gemius/PBI, styczeń.2017

Motoryzacja – ekosystem



Czołowe serwisy tematyczne

- Autokult
- WP Moto
- Moto Money



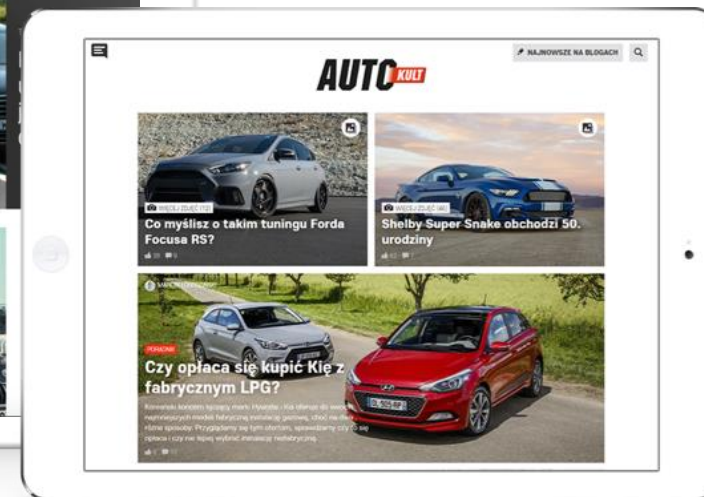
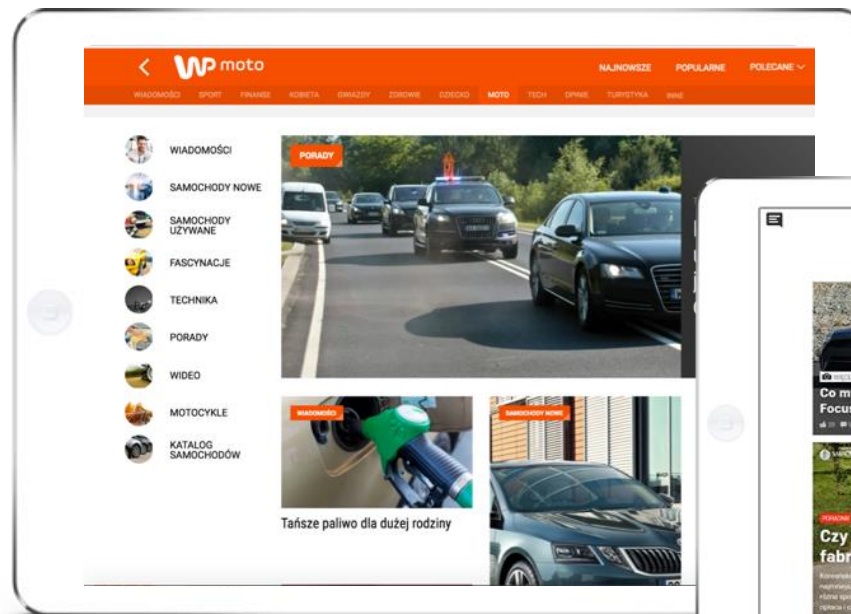
Nowoczesne i angażujące media

- Nowa magazynowa forma treści i programy video
- Unikalne treści o wysokiej jakości budujące social engagment i social proof
- Nowe menu nawigacyjne łączące informacyjne WP Moto z platformą poradnikową Autokult.pl



Twórcy treści

Opiniotwórczy redaktorzy, dziennikarze, influencerzy i eksperci rynkowi:
Mariusz Zmysłowski, Błażej Żuławski, Mateusz Żuchowski, Marcin Łobodziński



Statystyki*:

- Liczba realnych użytkowników miesięcznie:
3,3 mln*
- Liczba odsłon miesięcznie:
22,2 mln
- Średnia liczba odsłon/użytkownik:
6,7 PV/ RU
- Średni czas spędzony na stronie:
10 minut 48 sekund
- Liczba fanów w mediach społecznościowych (łącznie):
72,1 tys. fanów na FB**



Kompleksowa oferta reklamowa

- Content Marketing
- Reklama Natywna
- Premium Display & Video

*Źródło: Badanie Gemius PBI, styczeń.2017 w kategorii Motoryzacja

**Źródło: Facebook Analytics, 02.2017

Motoryzacja – landscape serwisów GWP



Aktualności, reportaże,
najnowsze trendy,
rozbudowane relacje i premiery

Nasi odbiorcy: zainteresowani
codziennymi wiadomościami ze
świata motoryzacji

Motoryzacja



Praktyczne poradniki, kompleksowe testy
samochodów i najnowszych rozwiązań

Nasi odbiorcy: pasjonaci czterech kółek,
świadomi, hard users, poszukujący
profesjonalnych treści wysokiej jakości

moto.money.pl



Doradztwo z wyborem, finansowaniem
i użytkowaniem samochodu
w przedsiębiorstwie

Nasi odbiorcy: przedsiębiorcy, managerowie
flot, zawodowi kierowcy

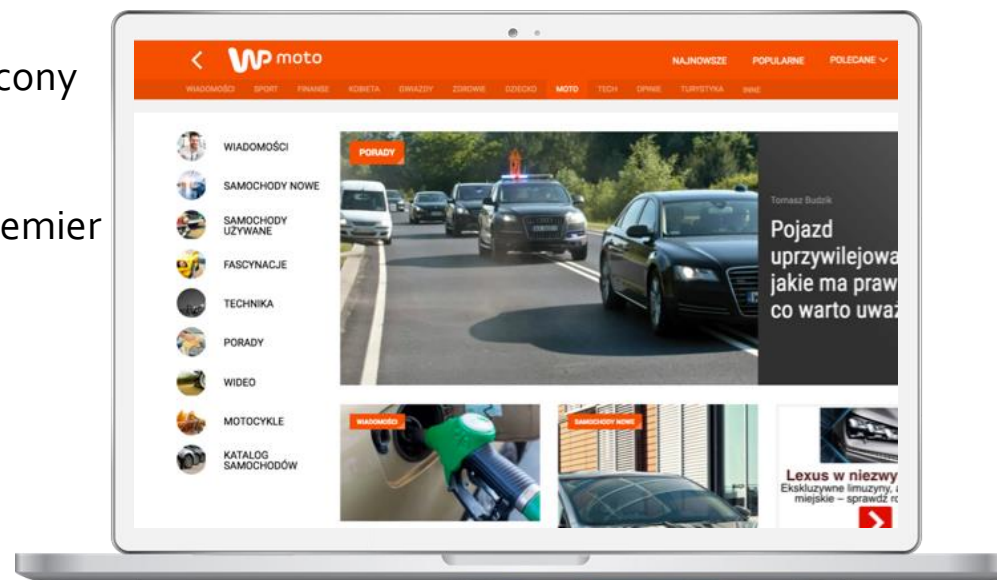
Motoryzacja – landscape serwisów – WP Moto



Redaktor naczelny serwisu: Mariusz Zmysłowski

Charakterystyka serwisu

- **Największy serwis GWP** poświęcony motoryzacji
- **Rozbudowane relacje** z najważniejszych światowych premier
- **Wpływowi i uznani w branży** dziennikarze i eksperci
- **Aktualne i angażujące materiały**



Popularne artykuły 2016 roku**

- Co warto mieć zimą w samochodzie? – **1 913 946 PV**
- Za grosze zwalczysz korozję Jak? zobacz – **1 078 669 PV**
- Amerykańska firma wymyśliła sposób na ogromne oszczędności na paliwie – **1 012 131 PV**



2,6 mln
realnych użytkowników



16,3 mln
odsłon



6,2
odsłony/
użytkownik



10 minuty 19 sekund
czas spędzony na stronie/
użytkownik



34,3 tys.
liczba fanów na FB

*

*Źródło: Badanie Gemius PBI, styczeń 2017 w kategorii Motoryzacja

**Źródło: Dane wewnętrzne GWP, styczeń – grudzień 2016

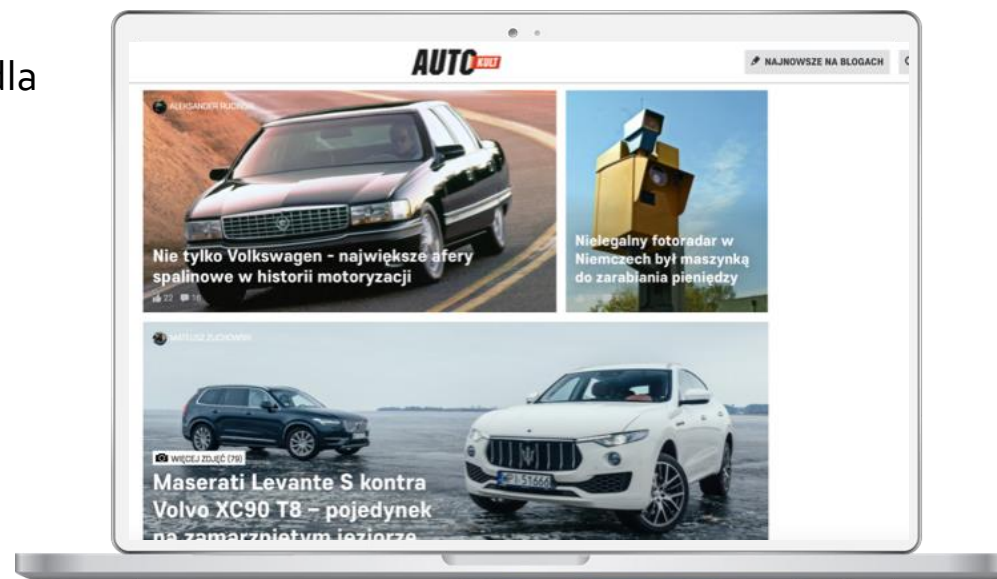
Motoryzacja – landscape serwisów – Autokult



Redaktor naczelny serwisu: Mariusz Zmysłowski

Charakterystyka serwisu

- **Czołowy serwis** motoryzacyjny dla prawdziwych fanów
- **Setki atrakcyjnych treści** tworzonych przez prawdziwych pasjonatów czterech kółek
- **Wpływowi i uznani w branży** dziennikarze i eksperci
- **Zaangażowana społeczność** w serwisie i na fanpage



Popularne artykuły 2016 roku**

- Samochód z dieslem. Kiedy warto kupić? – **304 354 PV**
- Czy opłaca się kupić samochód z fabryczną instalacją lpg? – **250 567 PV**
- Krótka historia turbodoładowania – **189 880 PV**



1,5 mln
realnych użytkowników



5,5 mln
odstron



3,7
odstrony/
użytkownik



6 minuty 19 sekund
czas spędzony na stronie/
użytkownik



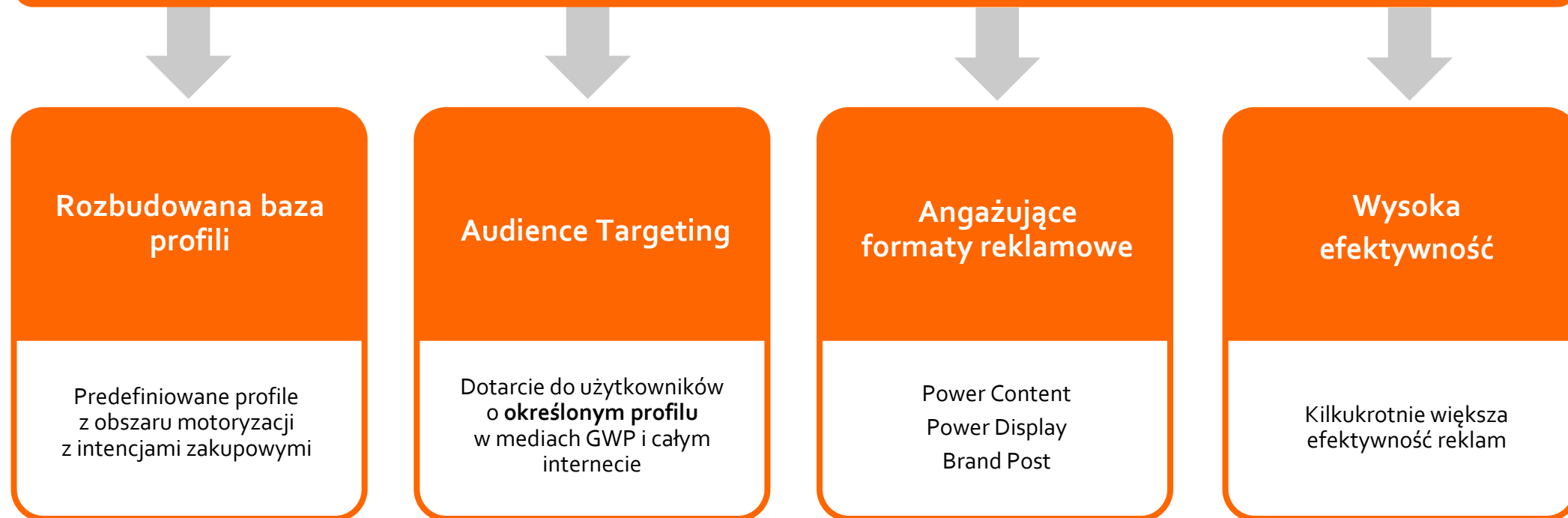
36,8 tys.
liczba fanów na FB

*

*Źródło: Badanie Gemius PBI, styczeń.2017 w kategorii Motoryzacja

** Źródło: Dane wewnętrzne GWP, styczeń – grudzień 2016

Precyzja w dotarciu za pomocą WP DATA POWER



Personalizacja dotarcia do odbiorców – audience targeting



1

Reklamodawca może skorzystać z danych: GWP i / lub udostępnić własne (ze strony produktowej / serwisu konsumenckiego) oraz dane partnera.

2



Power Audience

Na podstawie briefu GWP dobiera lub definiuje grupy docelowe na potrzeby kampanii.



3

Spersonalizowany przekaz reklamowy dociera do grup docelowych niezależnie od kanału na powierzchni GWP (cross-device).

Kompleksowa oferta WP Data Power znajduje się na stronie [Biura reklamy WP](#)

Profile – przykłady – audience targeting



Mariusz – fan samochodów sportowych

Wiek: 25-44 lat

Miasto do 100 tys. mieszkańców

Motywacje:

- Lubi szybką ale bezpieczną jazdę

Cele:

- W ciągu najbliższego roku planuje zakup samochodu sportowego

Zachowania:

- Ogląda, czyta i analizuje treści poradnikowe, jest na bieżąco z nowościami branżowymi

Potencjał: 390 157 UU*



Andrzej – Off roadowiec

Wiek: 50+ lat

Miasto powyżej 200 tys. mieszkańców

Motywacje:

- Lubi wolność jaką daje jazda po bezdrożach

Cele:

- W ciągu najbliższych 6 miesięcy planuje zakupić samochód 4x4

Zachowania:

- Przegląda wiele newsów, artykułów poświęconych tej tematyce

Potencjał: 359 253 UU



Dorota – Matka dwójki dzieci

Wiek 25-34 lat

Miasto powyżej 100 tys. mieszkańców

Motywacje:

- Otwarcie własnego biura projektowego

Cele:

- Nabycie samochodu, który da jej poczucie bezpieczeństwa i wygody

Zachowania:

- Ogromną wartość przywiązuje do jakości wykonania

Potencjał: 126 409 UU

Profile – przykłady – audience targeting



Motocykle

Potencjał:
378 320 UU

- Fani jednośladów
- Szukają informacji zakupowych o akcesoriach
- Biorą aktywnie udział w eventach motocyklowych



Nowe samochody

Potencjał:
671 448 UU

- Zainteresowani zakupem nowego samochodu
- Analizują najnowsze trendy i czytają recenzje / testy
- Często odwiedzają salony samochodowe



Opony

Potencjał:
724 110 UU

- Interesują się zmianą opon na nowe
- Szukają dobrych opon w dobrej cenie
- Często polegają na recenzjach w opiniotwórczym serwisie



Paliwa

Potencjał:
950 105 UU

- Głównie kierowcy/osoby zawodowo związane z motoryzacją
- Głównie skupiają się na cenach paliwa
- Korzystają ze stacji benzynowej minimum 1 w tygodniu



Samochody miejskie

Potencjał:
1 152 890 UU

- Poszukują ciekawych modeli w tym segmencie
- Mają intencje zakupowe
- Często decydują się na jazdy próbne u dealerów



Samochody używane

Potencjał:
805 500 UU

- Posiadają intencję zakupową
- Analizują wybrane oferty po cenie i jakości
- Zazwyczaj przeglądają oferty w sieci

Motoryzacja – precyzyjne targetowanie



Innowacyjna, zaawansowana i autorska metodologia analizy danych o preferencjach i **zachowaniach użytkowników** w ramach mediów GWP



Większa efektywność reklam poprzez dotarcie do konwertujących użytkowników (2-5x większy CTR)*



Precyzyjne dotarcie (selekcja właściwej grupy docelowej i optymalizacja kampanii)



Dedykowane **możliwości targetowania** (zainteresowanie wybraną tematyką dostosowaną do potrzeb marki klienta)



Szeroki zasięg, emisja reklam do obiorców w obszarze Motoryzacja i innych mediach GWP oraz Internecie

Case Study – KIA

Działania promujące produkt Klienta wzmocniono kampanią retargetingową, wykorzystującą profil zachowań użytkowników sekcji. Dzięki temu:

- Mogliśmy przyciągnąć ponownie uwagę użytkowników WP, którzy odwiedzili któryś z przygotowanych **materiałów natywnych**, poprzez zakwalifikowanie ich jako „**potencjalnych nabywców**”;
- Mogliśmy opracować miarę zaangażowania użytkownika, mierzoną na podstawie **liczby kontaktów z treściami** – oznacza to, że użytkownik, który przeczytał jeden artykuł lub obejrzał tylko jedną galerię zdjęciową był traktowany jako mniej zainteresowany jazdą testową niż ten, który widział wiele treści w **dedykowanej sekcji** i kliknął w większą ilość formatów promocyjnych

Kampania retargetingowa – działania display*

Grupa high interest

CTR
0,61%

Grupa low interest

CTR
0,46%

Grupa no interest

CTR
0,63%

Poziom konwersji na cenniki i katalogi Klienta ze wszystkich grup zainteresowań

2 152



Case Study – KIA

Użytkownicy zostali podzieleni na trzy główne grupy retargetingowe:

- **High interested** (przeczytali najpopularniejszy artykuł – Kia Silniki + dowolny inny artykuł)
- **Low interested** – Odwiedzili sekcję, lecz nie przeczytali więcej niż 1 artykułu
- **No interested** – użytkownicy WP, którzy nie widzieli naszej sekcji

Grupy **low interested** oraz **no interested** zostały dodatkowo podzielone pod względem płci użytkowników.

W zależności od przynależności do jednej z tych grup, użytkownikom serwowaliśmy odpowiednią formę kreacji reklamowej

Kampania retargetingowa – działania display*

Grupa high interest

CTR
0,61%

Grupa low interest

CTR
0,46%

Grupa no interest

CTR
0,63%

Poziom konwersji na cenniki i katalogi Klienta ze wszystkich grup zainteresowań

2 152



Produkty reklamowe i rozwiązania

Produkty reklamowe i rozwiązania



Content Marketing

- Tematy Miesiąca (Premiera)
- Brand Channel
- Cykl Redakcyjny
- Artykuł Natywny
- Artykuł Interaktywny
- Publikacje Influecenrów
- Programy Redakcyjne Video z partnerstwem marki
- Original Series
- Social Video



Reklama Natywna

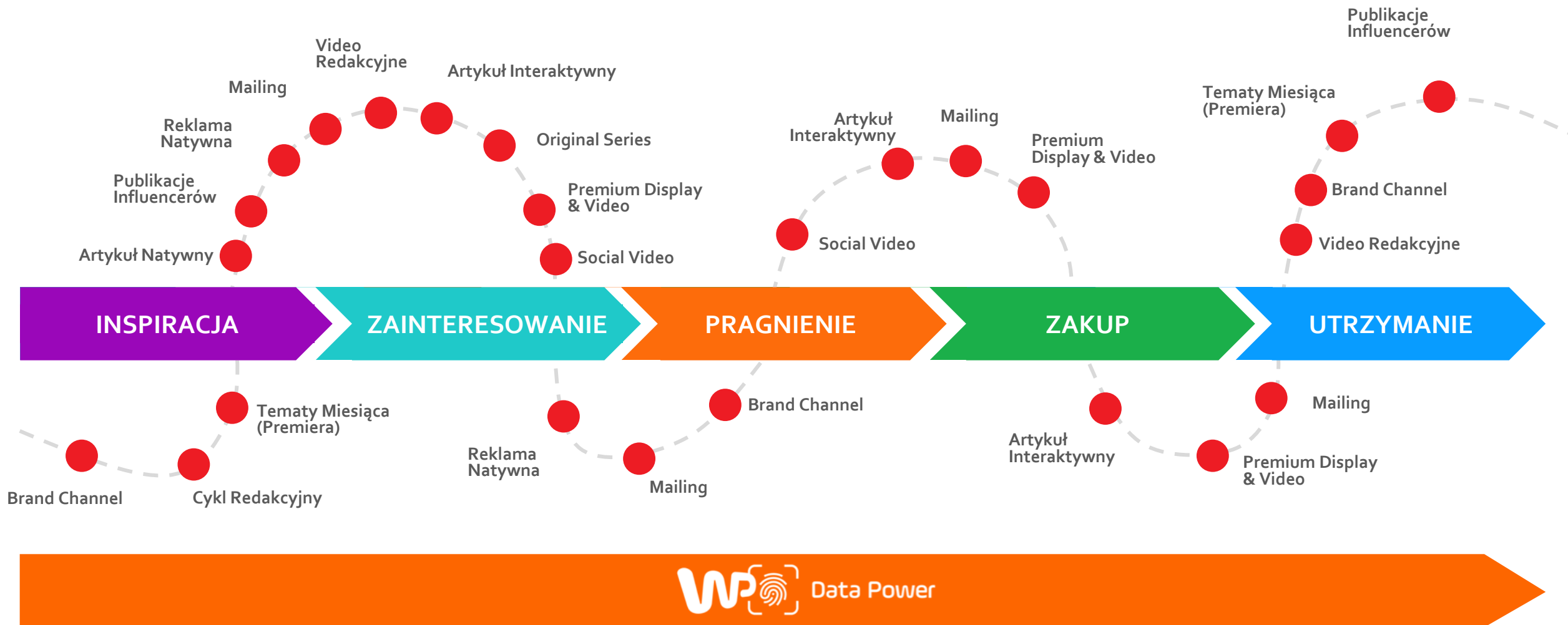
- PowerContent
- Brand Post
- Quizy



Premium Display & Video

- Screening Tradycyjny
- Inbanner Video Ad
- Interactive Screening
- Power Wall Screening
- Mega Screening
- Power Display
- Nagłówek Sponsorowany
- Blur
- Instream Video Ad

Produkty reklamowe i rozwiązania – customer journey

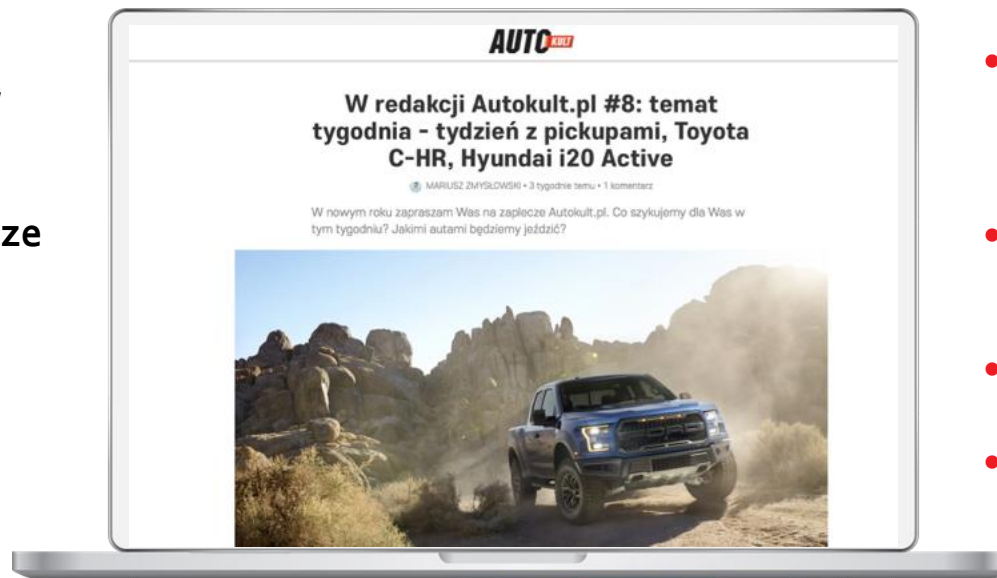


Content Marketing



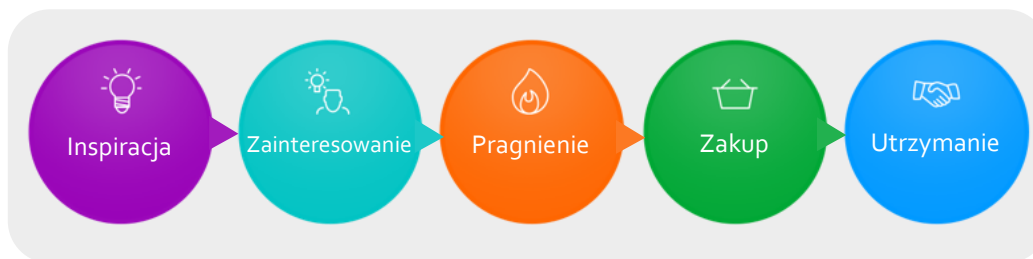
Pozycjonowanie Klienta jako eksperta tematu

- Angażujące treści natywne tworzone przez redakcję serwisu, influencerów i ekspertów rynkowych
- Wiarygodna komunikacja i **większe zaufanie** odbiorców
- Pozytywny **wpływ** na decyzje zakupowe konsumentów



- Premium ekspozycja Klienta pozwalająca na **natywną agregację** treści związanych z kampanią
- **Wizerunkowy branding** treści, pozwalający na jasną identyfikację
- **Zaangażowanie odbiorców** – wysoki poziom engagement rate
- **Długofalowe działania** wizerunkowe

CUSTOMER JOURNEY



Tematy Miesiąca (Premiera) harmonogram wydawniczy



STYCZEŃ	LUTY	MARZEC	KWIECIEŃ	MAJ	CZERWIEC
Wyprzedaże rocznika	Wyjazdy na ferie	Relacja z targów samochodowych w Genewie	Auto po zimie	Wynajem czy zakup? redakcja doradza	Przepisy za granicą
LIPIEC	SIERPIEŃ	WRZESIEŃ	PAŹDZIERNIK	LISTOPAD	GRUDZIEŃ
Akcesoria samochodowe – jak to działa?	Samochód w podróży	Verva Street Racing – relacje	Targi samochodowe we Frankfurcie	Jak zabezpieczyć lakier przed zmiennymi warunkami pogodowymi?	Przegląd to 10 najciekawszych prezentów motoryzacyjnych

Tematy Miesiąca (Premiera)



Artykuły natywne

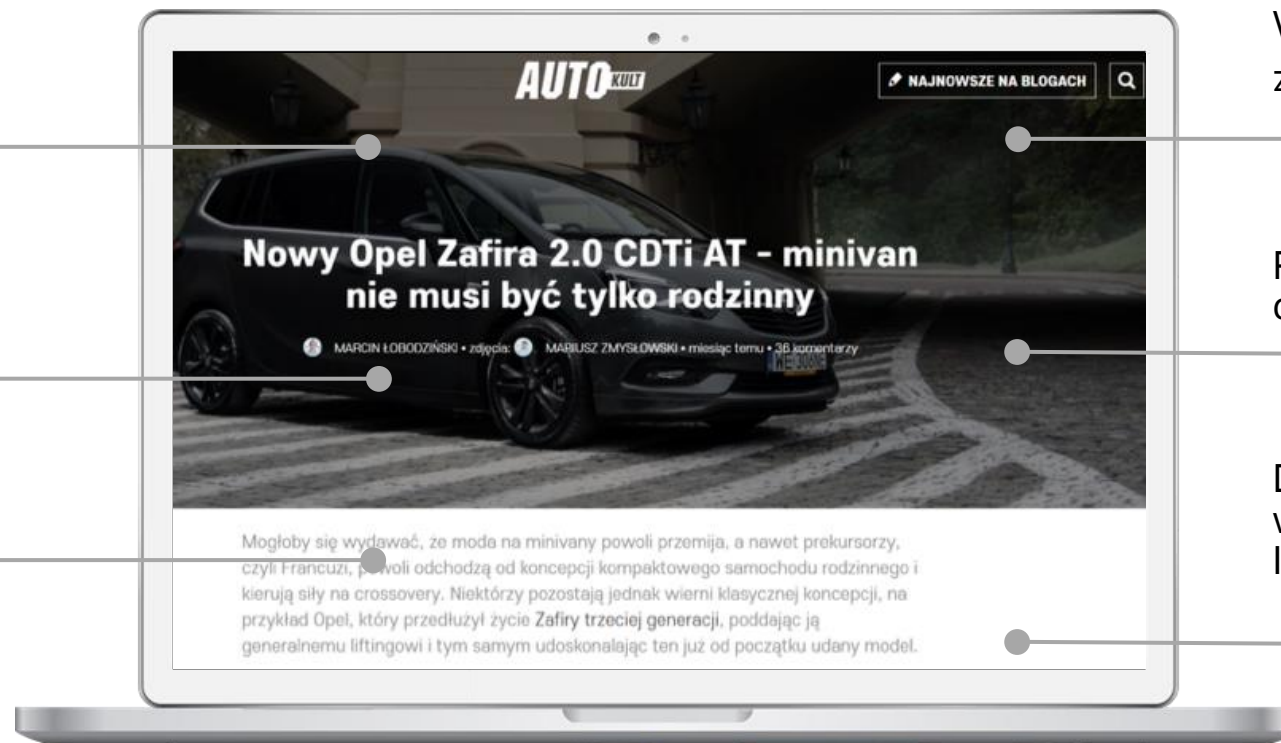
Wizualny branding kanału z oznaczeniem Klienta

Materiał video (np. 360 stopni)

Redakcyjna i natywna dystrybucja treści

Sesja zdjęciowa

Dedykowane wpisy redakcji w social media (Facebook, Instagram)



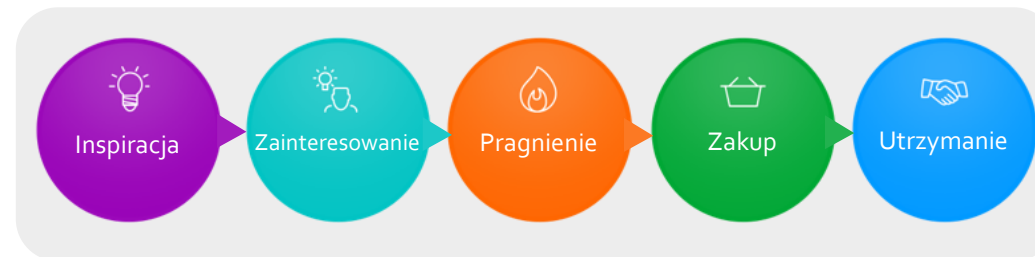
Natywne miejsce ekspozycji wartościowych treści Klienta

- 10 Ekspozycja treści w **ekskluzywnej, kompleksowej** formie magazynowej
- 10 Przedstawienie najważniejszych **zalet** wybranych wspólnie z Klientem
- 10 **Interakcja odbiorców** za pomocą atrakcyjnych wizualnie treści – autorskie zdjęcia i materiały video najwyższej jakości



- 10 Obecność Klienta w mediach **premium w obszarze motoryzacji**
- 10 **Szerokie** dotarcie do potencjalnych nabywców
- 10 Wzrost świadomości Klienta i produktu
- 10 **Nieinwazyjna** komunikacja dopasowana do odbiorców

CUSTOMER JOURNEY



Brand Channel – harmonogram wydawniczy



STYCZEŃ	LUTY	MARZEC	KWIECIEŃ	MAJ	CZERWIEC
Wyjazdy na ferie	Samochód zimą	Opony letnie, rankingi, testy	Klimatyzacja	Rower na samochód, jak przewozić i jaki bagażnik kupić	Wakacje w samochodzie
LIPIEC	SIERPIEŃ	WRZESIEŃ	PAŹDZIERNIK	LISTOPAD	GRUDZIEŃ
Klasyk czy youtimer	Eksploatacja samochodu	Jak podnieść swoje umiejętności prowadzenia auta	Opony zimowe	Przygotuj samochód do zimy	Prezenty dla zmotoryzowanych

Brand Channel



Artykuły natywne
i promocja redakcyjna

Wizualny branding kanału
z oznaczeniem Klienta

Materiał video
(np. 360 stopni)

Redakcyjna i natywna
dystrybucja treści

Profesjonalne sesje
zdjęciowa

Dedykowane wpisy redakcji
w social media (Facebook,
Instagram)



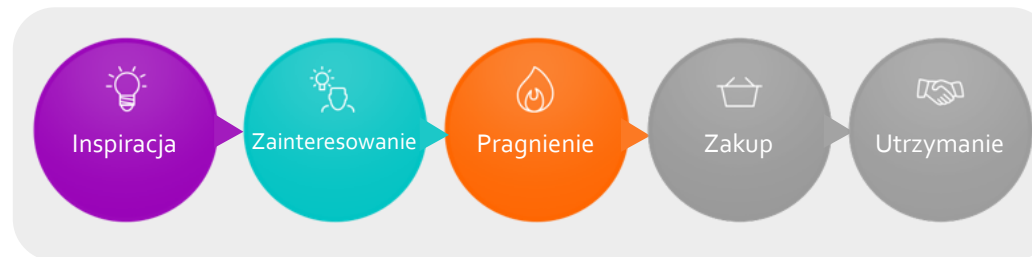
Partnerstwo w natywnym cyklu publikacji

- 10 **Kontekstowe lokowanie** Klienta w ramach wybranego tematu redakcyjnego
- 10 Możliwość **kompletowania serii artykułów** w danej tematyce z widocznym brandingiem treści
- 10 **Zaangażowanie** opiniotwórczej redakcji serwisu tematycznego



- 10 **Zaangażowanie odbiorców** poprzez autorskie i profesjonalne treści wysokiej jakości
- 10 Wzrost świadomości Klienta na temat jego produktu
- 10 Zwiększona konwersja poprzez odpowiednie dobranie kontekstu materiałów
- 10 **Szerokie dotarcie** z przekazem reklamowym

CUSTOMER JOURNEY

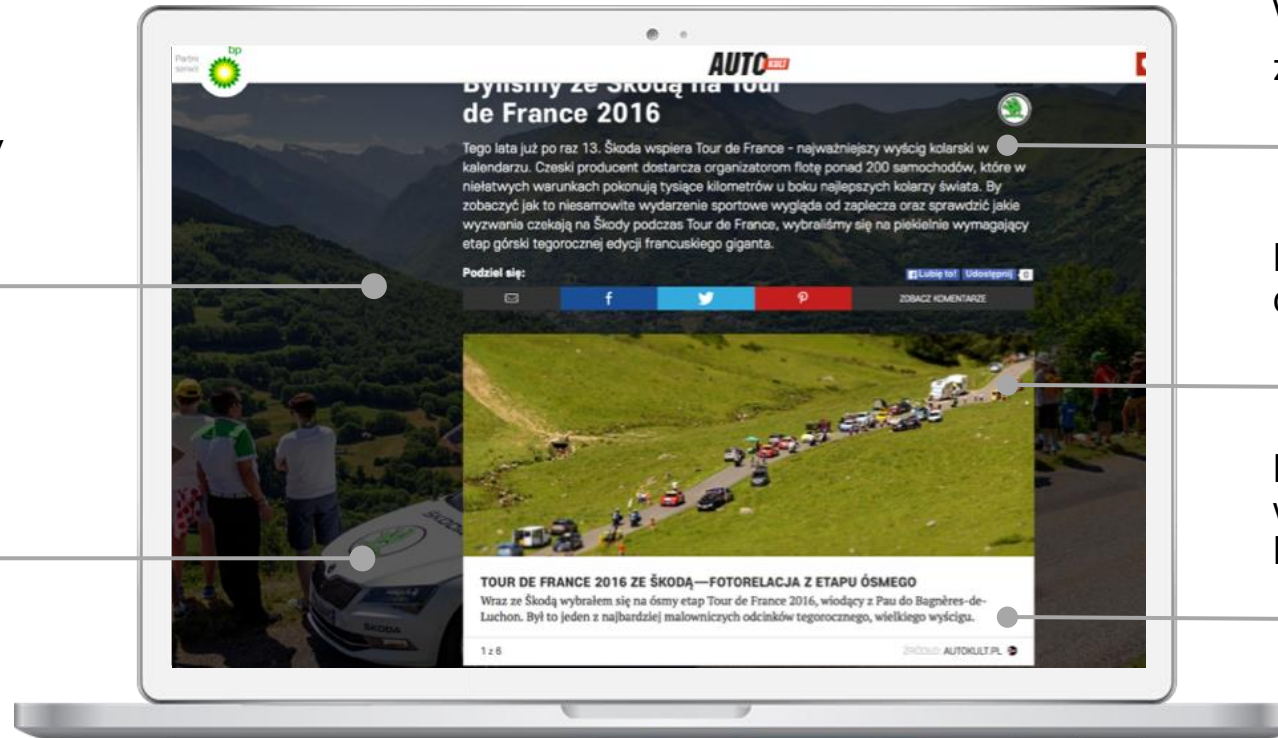


Cykl Redakcyjny



Eksperckie artykuły
redakcyjne

Autorskie zdjęcia



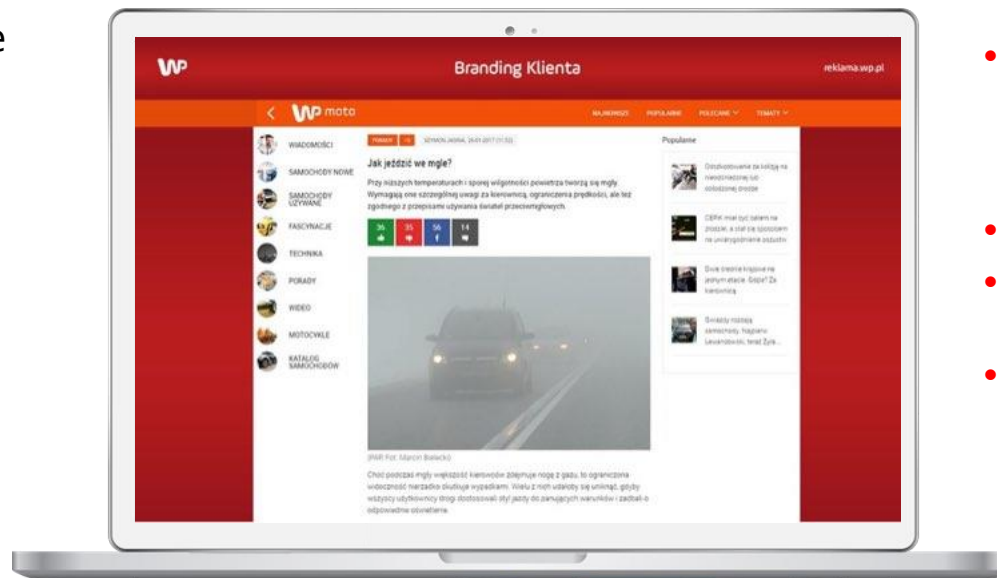
Wizualny branding kanału
z oznaczeniem Klienta

Redakcyjna i natywna
dystrybucja treści

Dedykowane wpisy redakcji
w social media (Facebook,
Instagram)

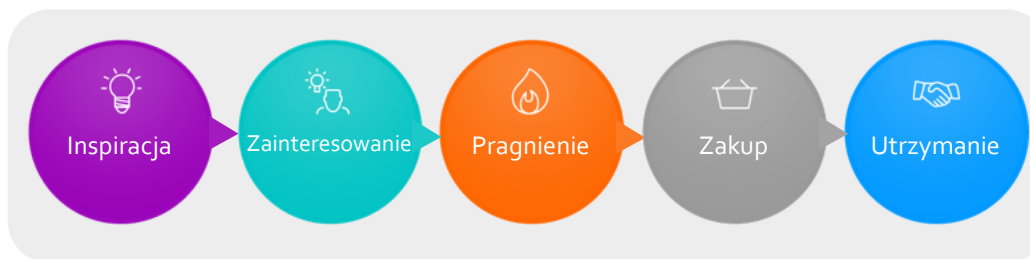
Angażujące treści redakcyjne z partnerstwem Klienta

- Artykuł zawiera treści angażujące użytkowników
- Klient przy treściach natywnych zostanie oznaczony jako „Partner...”
- Artykuł może zawierać **branding Klienta** oraz **jeden URL**. Kreacje zapewnia Klient
- Każdy artykuł jest promowany z wykorzystaniem powierzchni redakcyjnych



- Możliwość **zaprezentowania swoich produktów/usług** w sposób natywny, w ramach interesujących dla użytkowników treści
- Wiarygodność przekazu
- **Wzrost świadomości marki Klienta**, dzięki promocji
- **Poszerzenie zasięgu** dzięki udostępnianiu treści w social media

CUSTOMER JOURNEY



Artykuł Natywny



Artykuł natywny z oznaczeniem Klienta jako „partner wydania”

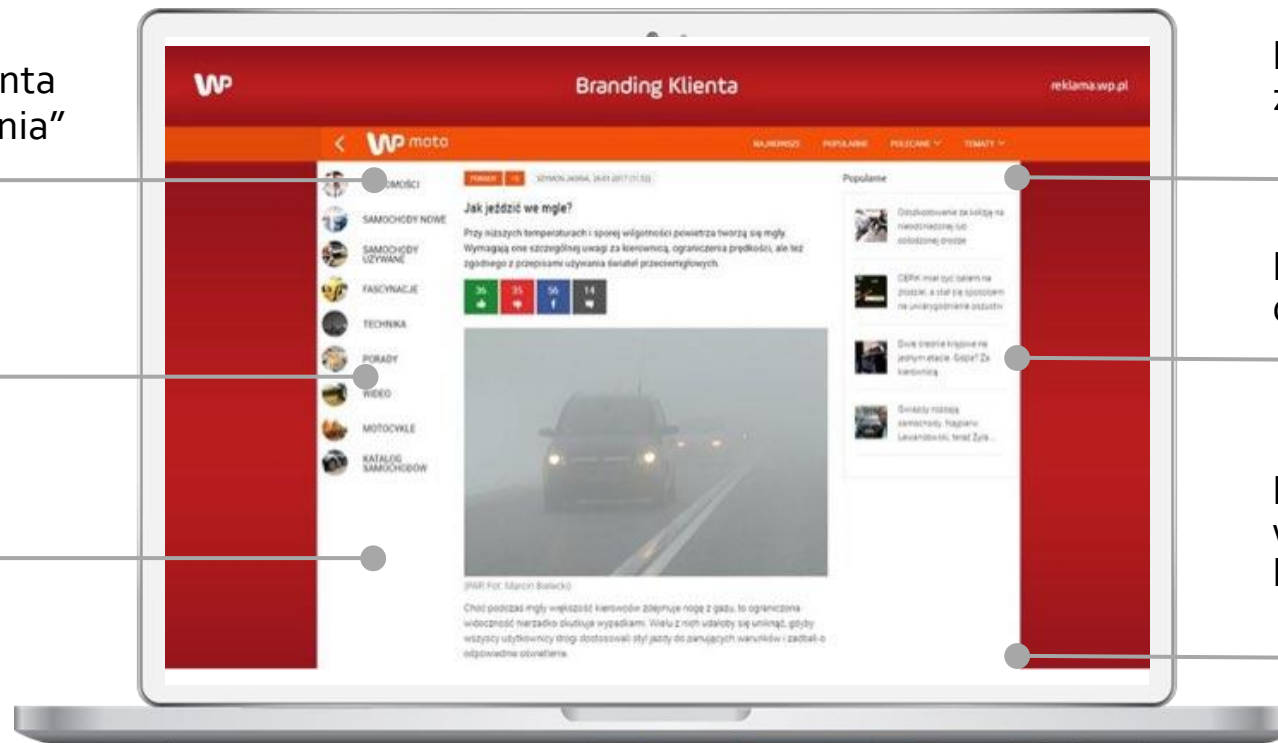
Branding artykułu z wykorzystaniem 1 url

Galeria zdjęć

Redakcyjna i natywna dystrybucja treści

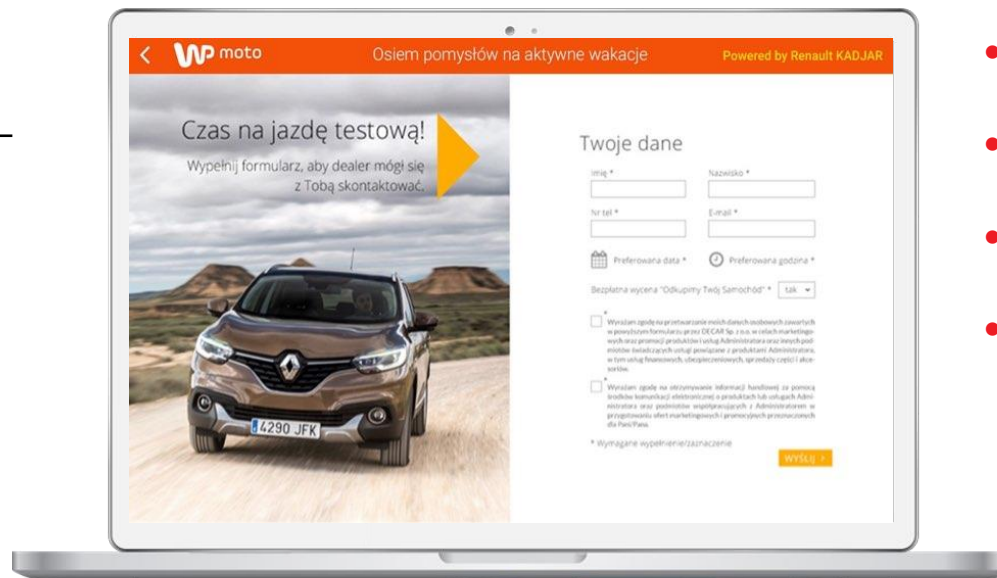
Wizualny Product Placement

Dedykowane wpisy redakcji w social media (Facebook, Instagram)



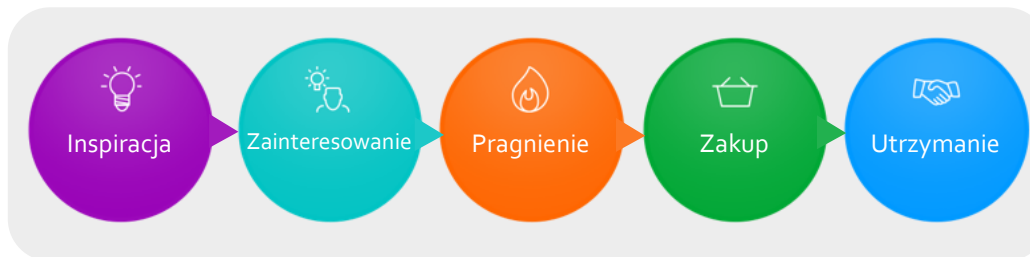
Interaktywny storytelling Klienta

- **Interaktywny story-telling** dla Klienta
- **Elegancki, magazynowy wygląd** – wielkoformatowe zdjęcia, magazynowy układ, estetyczne animacje
- **Nowoczesność i zaangażowanie** użytkownika – elementy interaktywne (hot pointy, widoczny player video, sondy)
- **Cross device** – artykuły tworzone w technologii RWD



- **Zwiększenie konwersji** poprzez interaktywne spoty
- Zwiększenie intencji zakupowej odbiorców
- **Kontekstowa obecność** Klienta jako „Partnera”
- Obecność zarówno na desktopie jak i mobile

CUSTOMER JOURNEY



Artykuł Interaktywny



Artykuł interaktywny
przygotowany przez
redakcję serwisu GWP

Galeria zdjęć

Formularz
kontaktowy

< WP moto Osiem pomysłów na aktywne wakacje Powered by Renault KADJAR

Czas na jazdę testową!
Wypełnij formularz, aby dealer mógł się z Tobą skontaktować.

Twoje dane

Imię * Nazwisko *

Nr tel * E-mail *

Preferowana data * Preferowana godzina *

Bezpłatna wycena "Odkupimy Twój Samochód" * tak ▾

☐ Wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych zawartych w powyższym formularzu przez DECAR Sp. z o.o. w celach marketingowych oraz promocji produktów i usług Administratora oraz innych podmiotów świadczących usługi powiązane z produktami Administratora, w tym usług finansowych, ubezpieczeniowych, sprzedaży części i akcesoriów.

☐ Wyrażam zgodę na otrzymywanie informacji handlowej ze pomocą środków komunikacji elektronicznej o produktach lub usługach Administratora oraz podmiotów współpracujących z Administratorem w przygotowaniu ofert marketingowych i promocyjnych przeznaczonych dla Pani/Pana.

* Wymagane wypełnienie/zaznaczenie

WYSŁUJ

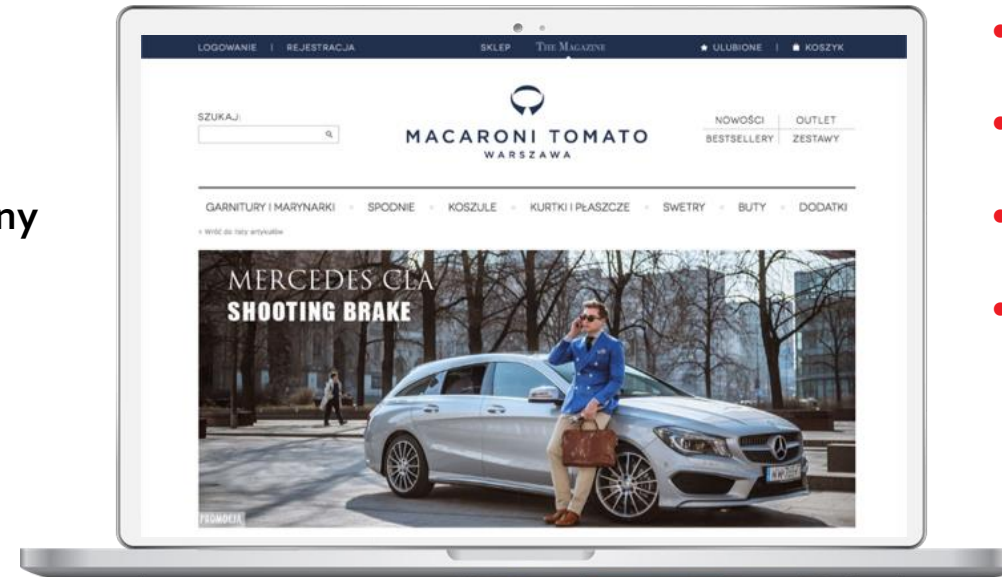
Sonda redakcyjna

Redakcyjna i natywna
dystrybucja treści

Dedykowane wpisy redakcji
w social media (Facebook,
Instagram)

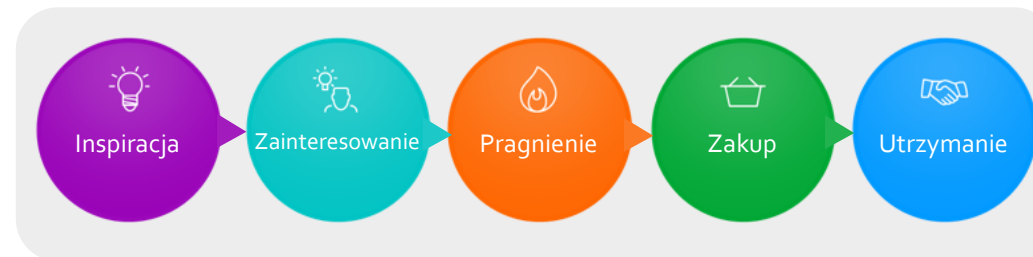
Autorskie treści tworzone przez influencerów

- Współpraca z zewnętrznymi twórcami, **liderami opinii**
- Wiarygodne, merytoryczne treści
- Komunikacja w mediach **społecznościowych – powiększony** zasięg o odbiorców influencera
- Możliwość zaangażowania influencera na zasadach ambasadora marki / twarzy kampanii



- Zaangażowanie odbiorców za pomocą **wysokiej jakości** treści
- Pozytywny **wpływ** na decyzje zakupowe konsumentów
- **Długofalowe** korzyści z content marketingu i influencer marketingu
- Wzrost świadomości Klienta oraz jego produktów / usług w wymagającej grupie użytkowników

CUSTOMER JOURNEY



Publikacje Influencerów



Wpis na blogu

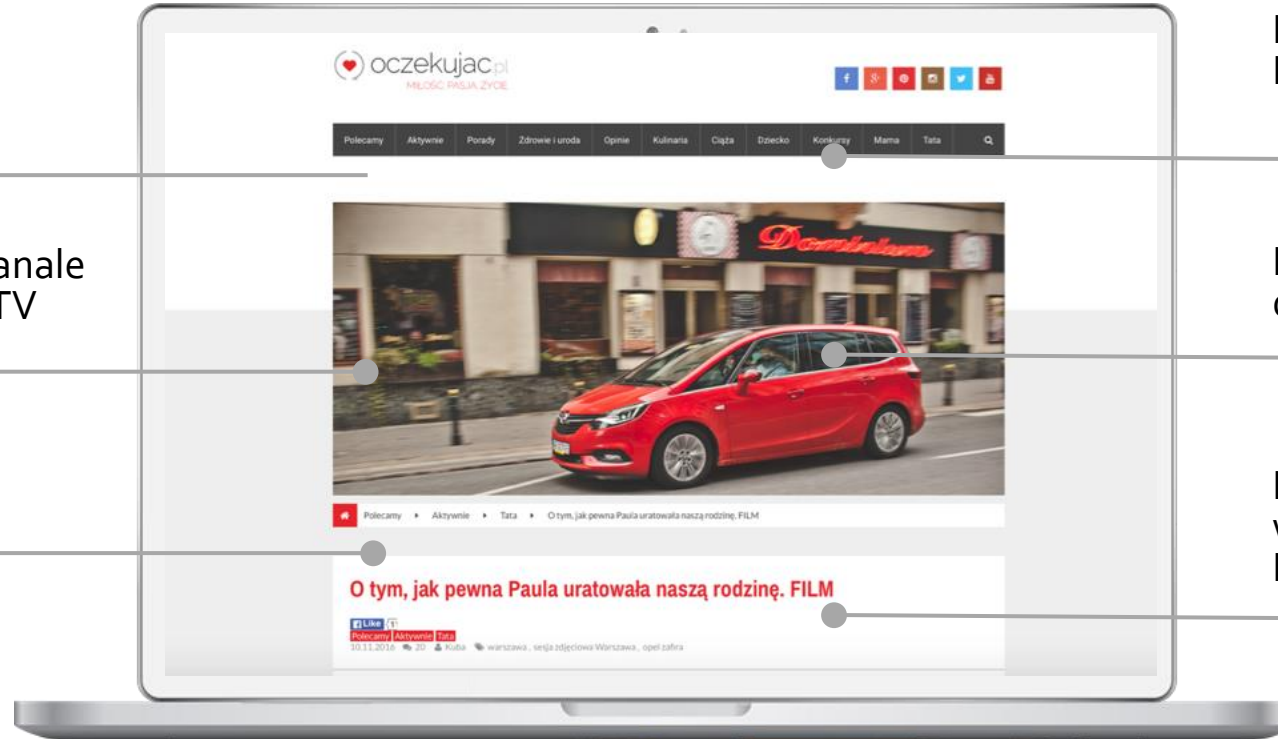
Materiał video
opublikowany na kanale
YouTube oraz WP.TV

Relacja zdjęciowa

Możliwość ekspozycji nazwy
Klienta w tytule materiału*

Redakcyjna i natywna
dystrybucja treści

Dedykowane wpisy redakcji
w social media (Facebook,
Instagram)



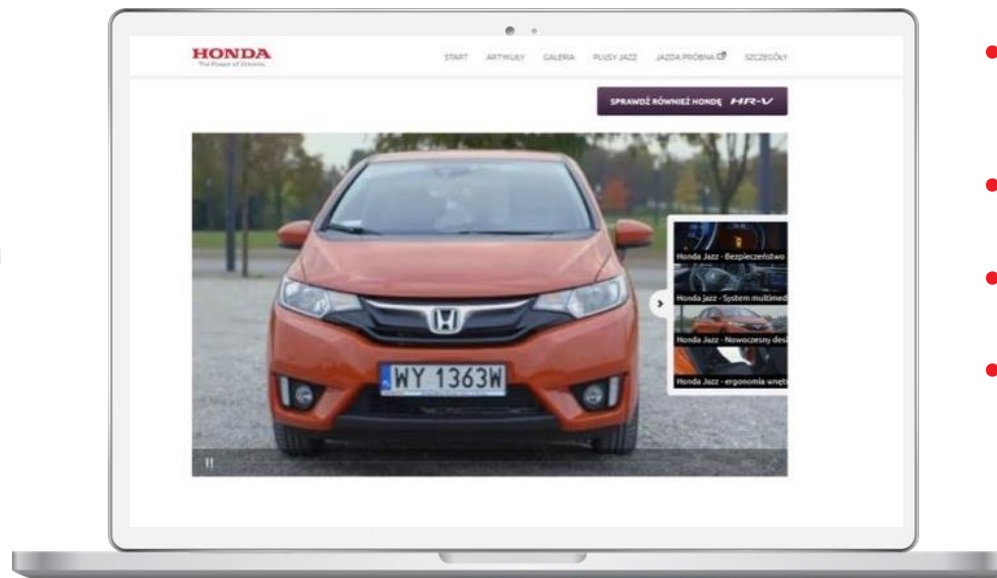
* Każdorazowo do potwierdzenia na etapie ofertowania

Programy Redakcyjne Video z partnerstwem marki



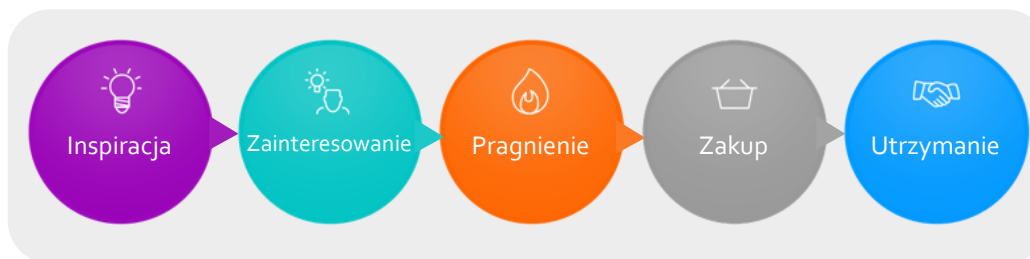
Oryginalne materiały video tworzone przez redakcję GWP

- **Kontekstowe lokowanie** Klienta w materiale redakcyjnym
- Materiały mogą zawierać tablicę sponsorską przy materiale video
- Możliwość **zaproszenia eksperta Klienta** do współudziału w materiale
- W pełni **wirtualne studio** z dedykowaną wizualizacją i prowadzącym dla każdej serii



- **Zaangażowanie odbiorców** dzięki aktywnej formie przekazu (audio – video)
- Budowanie pozycji eksperta w danej dziedzinie
- **Szeroka promocja treści** na wielu platformach w różnym czasie
- **Emisja w TV WP (opcja)**

CUSTOMER JOURNEY



Programy Redakcyjne Video z partnerstwem marki



Materiał video emitowany z planszą sponsorską

Product placement w materiale

Artykuł promujący o długości do 1000 znaków



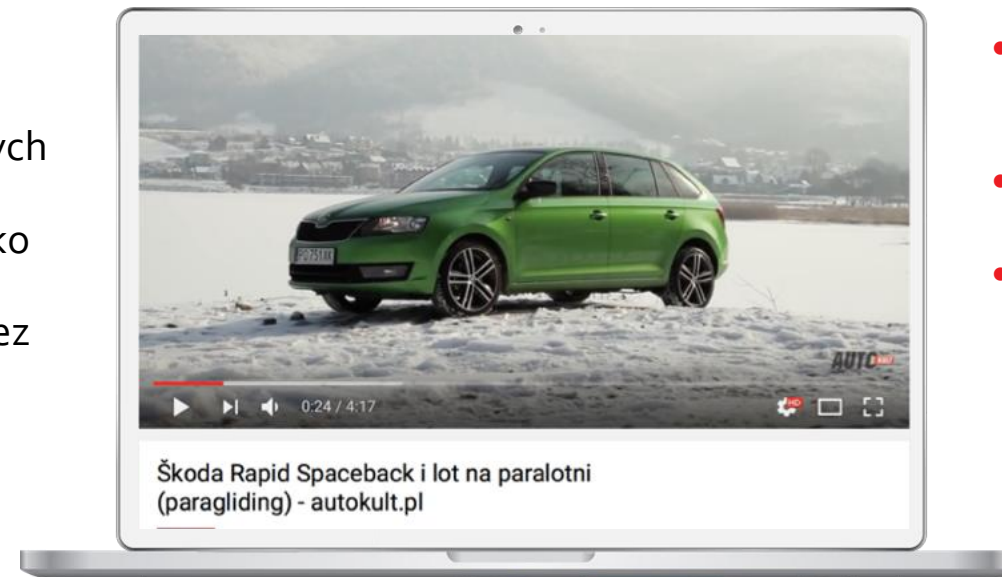
Branding treści: Adskin / Adframe

Redakcyjna i natywna dystrybucja treści

Dedykowane wpisy redakcji w social media (Facebook, Instagram)

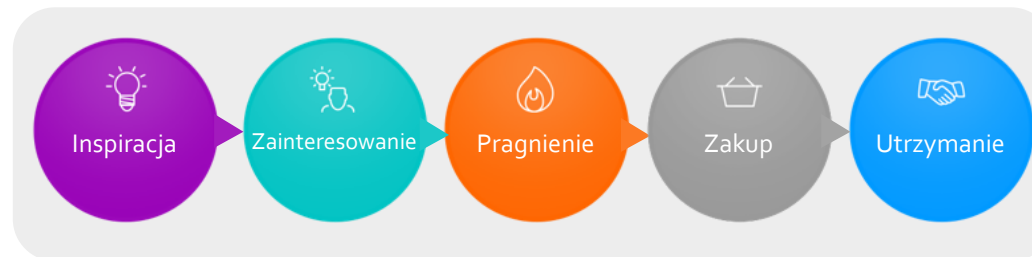
Video storytelling w postaci serii i programów

- **Kontekstowe** lokowanie produktów i usług
- Viralowy potencjał produkowanych treści
- Zaangażowanie influencerów jako prowadzących (opcja)
- Amplifikacja zasięgu działań przez skuteczną **dystribucję treści** w mediach GWP



- **Skuteczna budowa** świadomości Klienta poprzez nowoczesny storytelling video
- Zaangażowanie odbiorców za pomocą **wysokiej jakości** treści
- Udział **influencerów** i wiarygodna komunikacji do odbiorców

CUSTOMER JOURNEY



Original Series



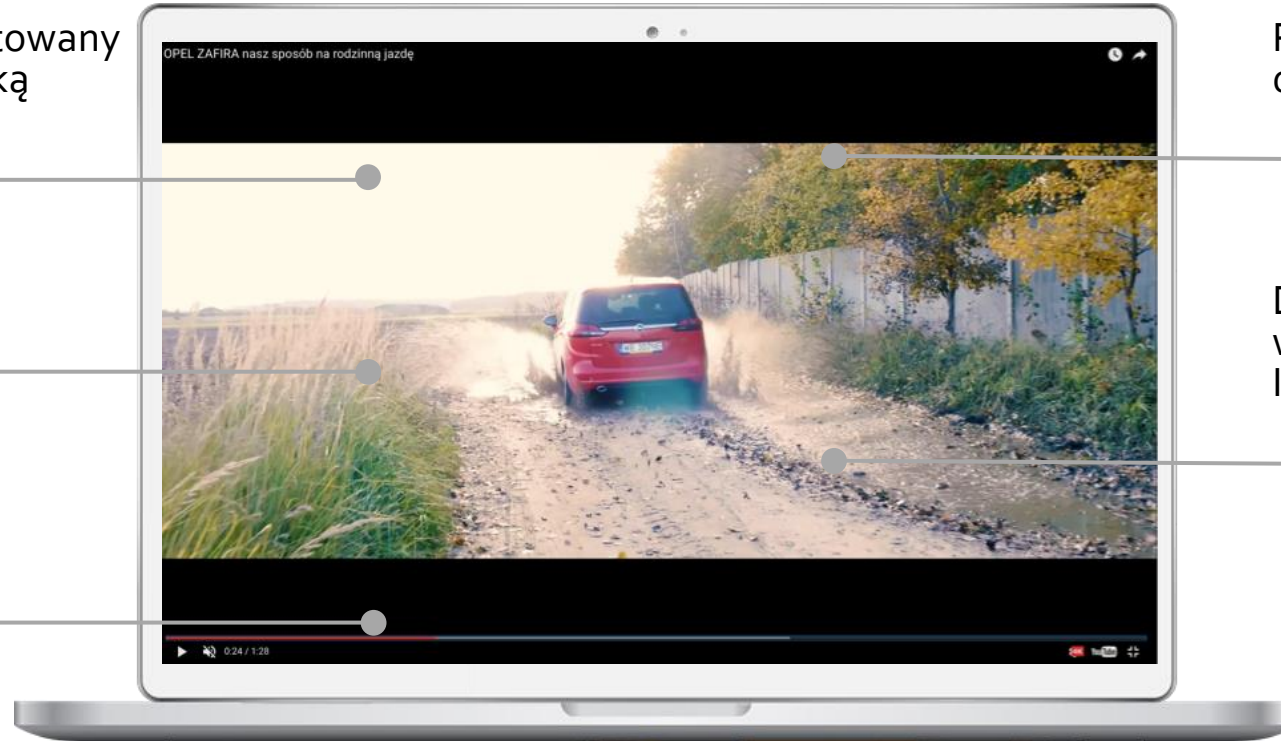
Materiał video emitowany z planszą sponsorską

Redakcyjna i natywna dystrybucja treści

Natywny Product Placement

Dedykowane wpisy redakcji w social media (Facebook, Instagram)

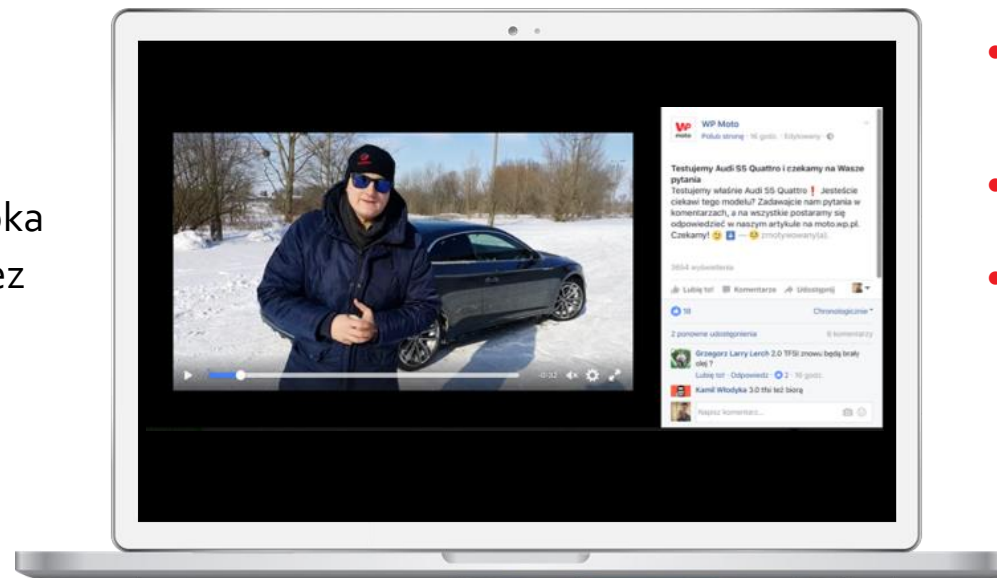
Współpraca z ambasadorem / ekspertem marki*



* Każdorazowo do potwierdzenia na etapie ofertowania

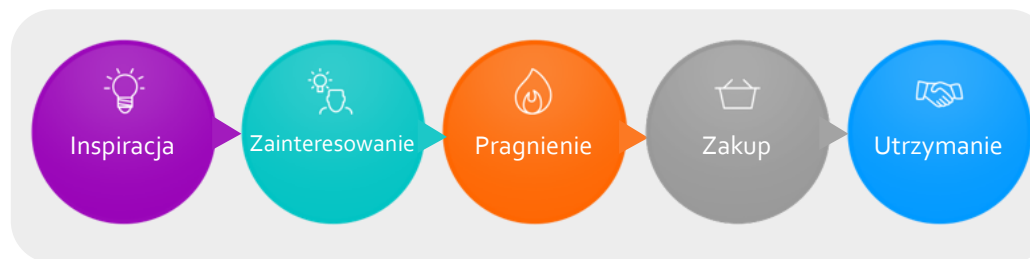
Dedykowana realizacja video z przeznaczeniem do mediów społecznościowych

- **Aktywne** lokowanie produktów i usług
- **Wzmocnienie efektu „share”** poprzez natywny player Facebooka
- Amplifikacja zasięgu działań przez skuteczną **dystrybucję treści** w social mediach GWP
- Zaangażowanie **influencerów** (opcja)



- **Skuteczna budowa** świadomości Klienta poprzez nowoczesne social video
- Wiarygodna komunikacja do odbiorców
- Obecność marki w najlepszych **mediach premium** i na niezależnych blogach

CUSTOMER JOURNEY



Social Video

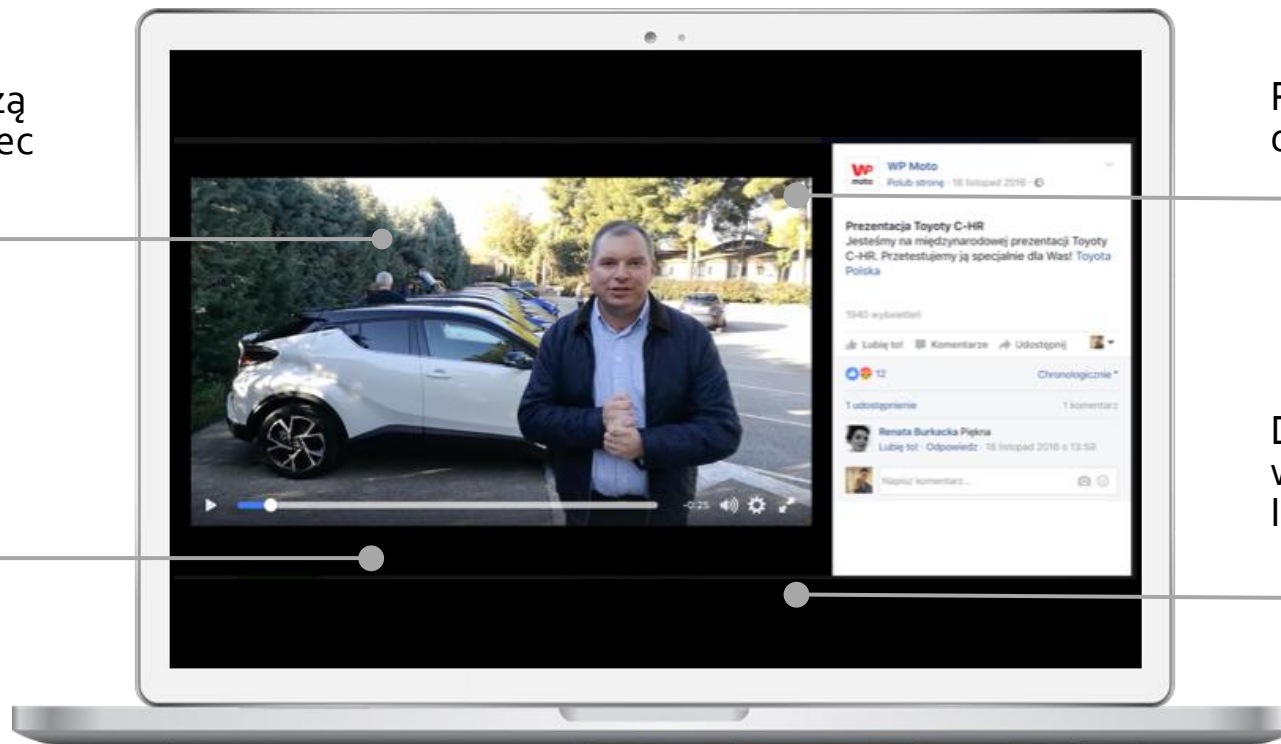


Materiał video emitowany z planszą sponsorską na koniec materiału

Redakcyjna i natywna dystrybucja treści

Natywny product placement / idea placement

Dedykowane wpisy redakcji w social media (Facebook, Instagram)

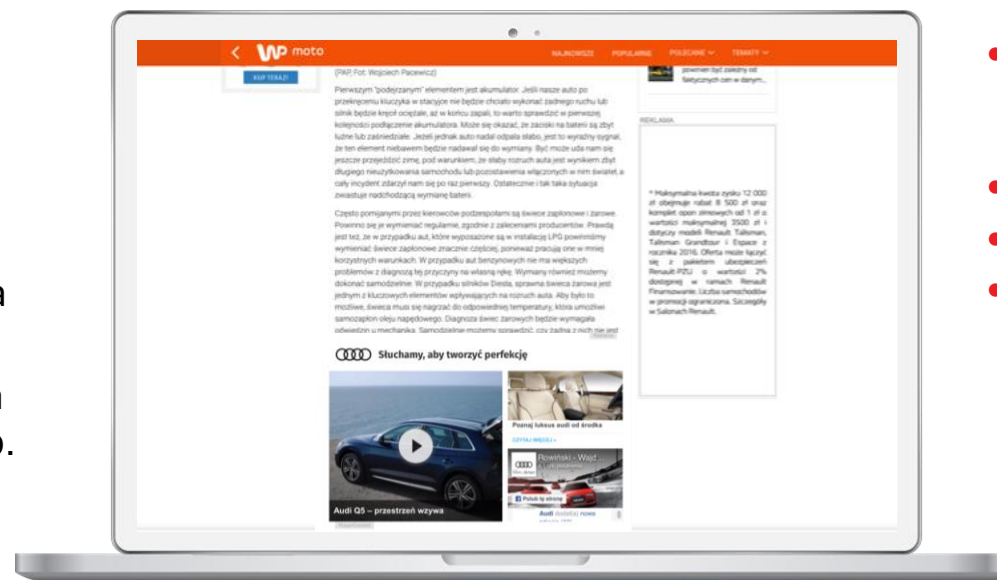


Reklama Natywna



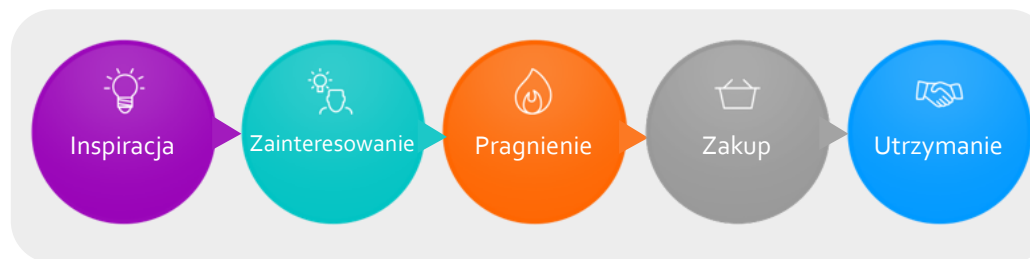
Angażująca kreacja z emisją multiscreeningową

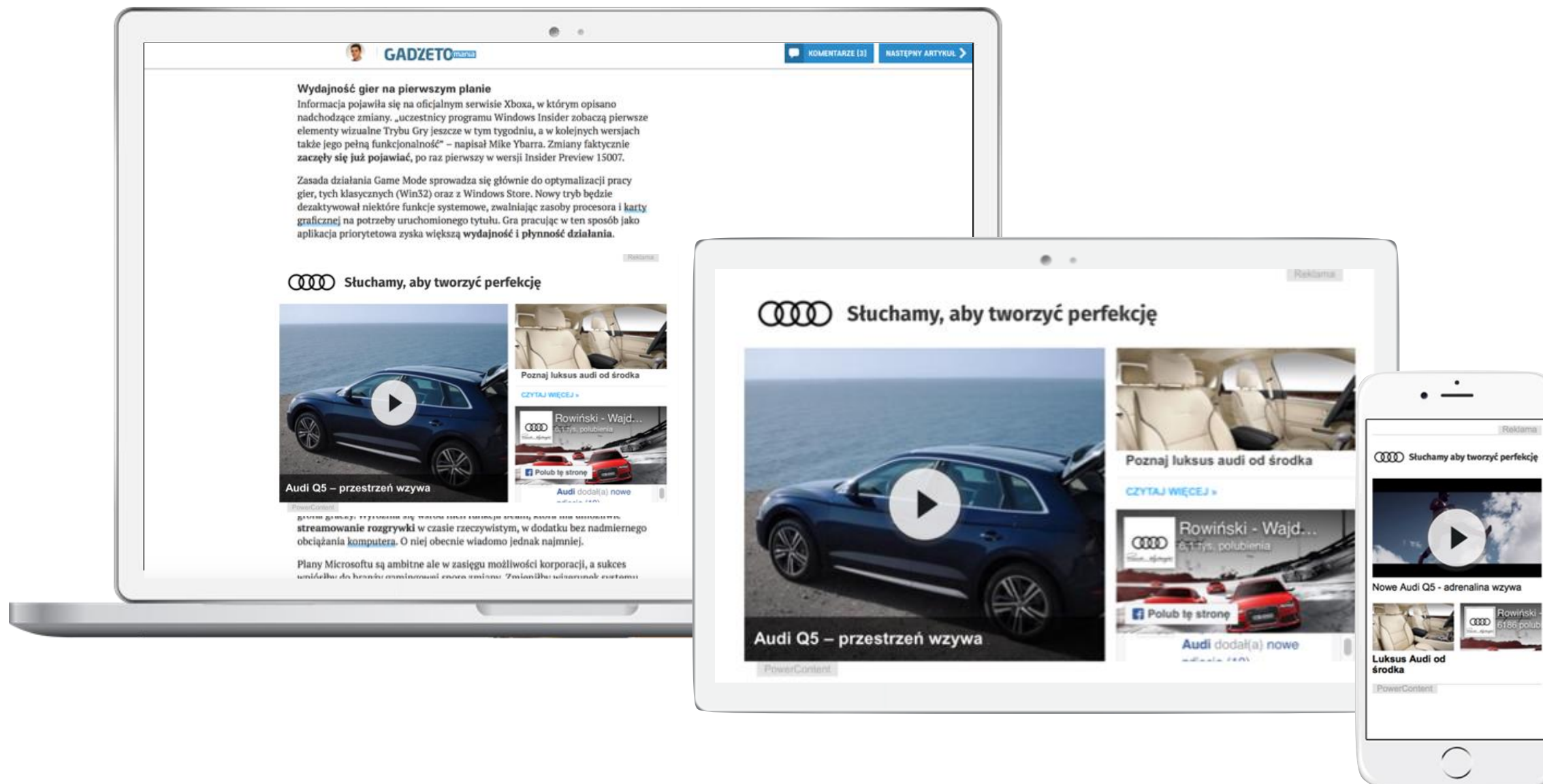
- Skuteczny i **angażujący** format natywny
- Wysoki **engagement rate** (współczynnik zaangażowania)
- Format bazujący na **wartościowych treściach** Klienta i interakcji z odbiorcami
- **Unikalna konstrukcja** składająca się z modułów funkcjonalnych np. galeria, video, sonda, hot spoty
- Emisja **multiscreen** – desktop i mobile



- **Zwiększenie** interakcji z użytkownikami dzięki specjalnym punktom angażującym
- **Natywna** forma promocji
- Szerokie dotarcie
- Znacznie **lepiej odbierany** przez użytkowników niż tradycyjny display

CUSTOMER JOURNEY





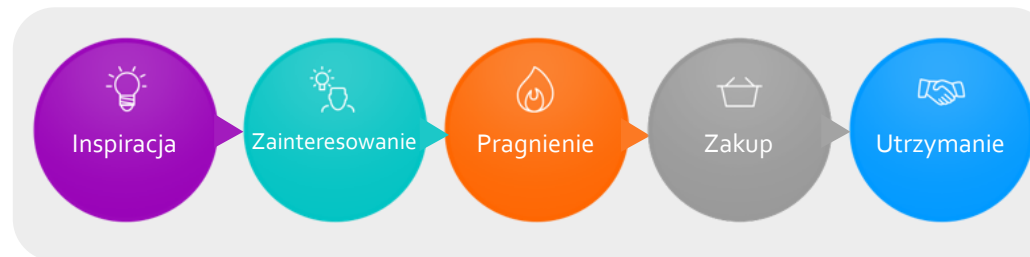
Artykuł interaktywny z emisją below the post

- **Interaktywne** moduły np. galeria, video, sonda, hot spoty
- Możliwość umieszczenia **linków z treści** kreacji np. do strony Klienta
- Format **ekspandowany (3s)** po najechaniu kursorem
- **Wydłużony czas** styczności z komunikacją Klienta
- Emisja **multiscreen** (desktop i mobile)



- Wysoki **engagement rate** (współczynnik zaangażowania)
- Natywnie osadzona treść **zwiększa poziom zapamiętywalności**
- Szerokie dotarcie kreacji do różnych grup docelowych
- **Premium** ekspozycji Klienta

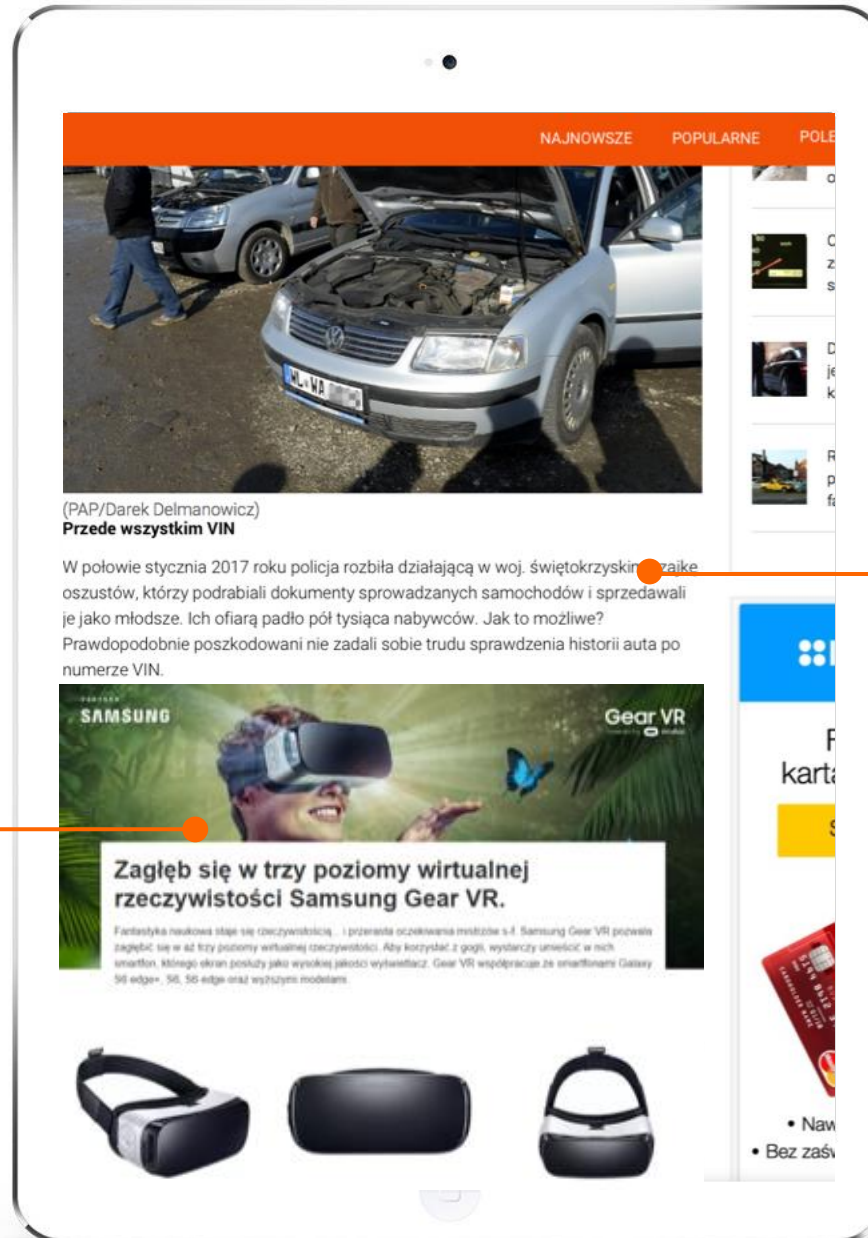
CUSTOMER JOURNEY



Brand Post – przykład



Widoczna
i atrakcyjna
wizualnie treść



Natywna
dystrybucja
treści

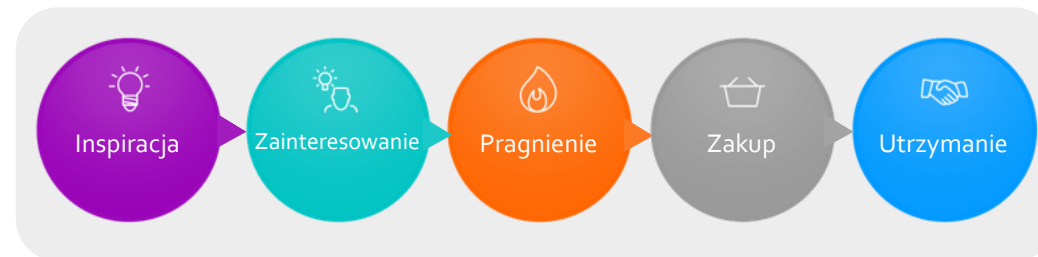
Interakcja z użytkownikiem z poziomu rozrywkowej treści

- **Interaktywne rozwiązania natywne**, przygotowane w technologii RWD
- Emitowany jest ze slotów reklamowych **w treści artykułów**
- **3 rodzaje quizów** do wyboru: wiedzowy, zdjęciowy i profilowany
- Obowiązują **3 możliwości rozwiązania**: wiedza z punktacją, outcome quiz, ankieta oceniająca



- **Zaangażowanie użytkowników** i wzbudzenie pozytywnych emocji
- **Visual marketing** – widoczność Klienta na zdjęciu otwierającym i zamykającym
- Odpowiedni dobór pytań pozwala na realizację KPI Klienta np. quiz wiedzowy, profilowany, zdjęciowy
- Silne **wzmacnianie świadomości marki** poprzez angażujące formy komunikacji

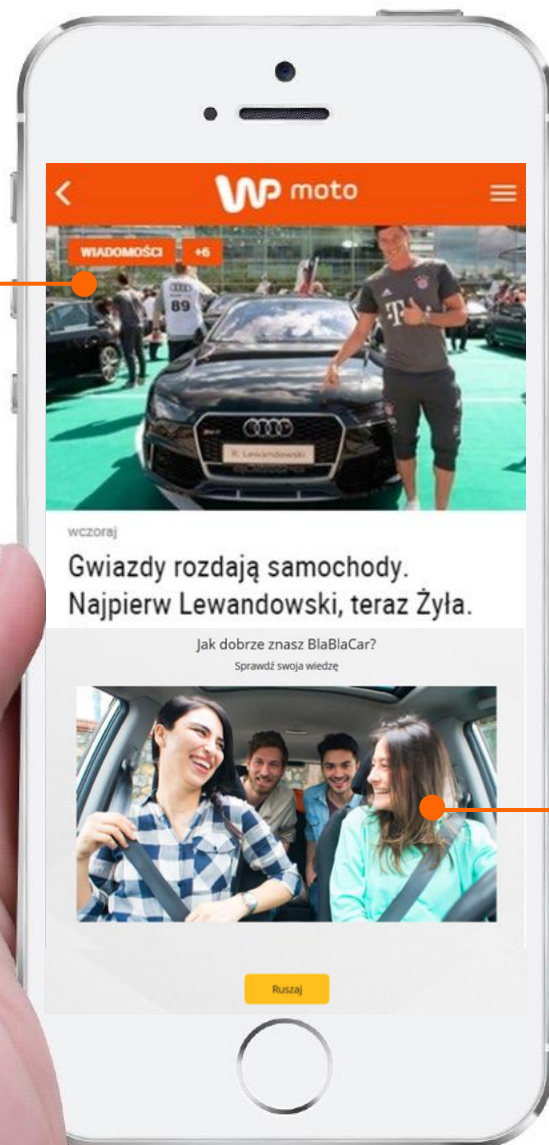
CUSTOMER JOURNEY



Quizy – przykład



Interakcja z
użytkownikiem



Rozrywkowa
forma

Premium Display & Video



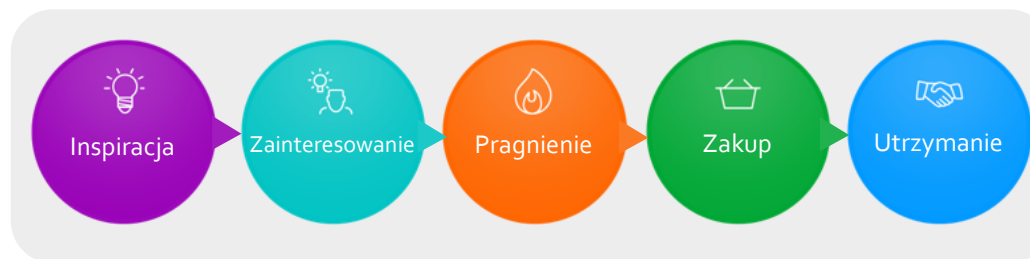
Widoczna kreacja zapewniająca spójność komunikacji

- Nowy, **wieloekranowy** sposób emisji
- Obecność reklamy przy **najlepszych treściach** w obszarze działalności Klienta
- Pozytywny wpływ na **budowę i wzmocnienie** wizerunku Klienta
- Gwarancja **widoczności i spójności** przekazu



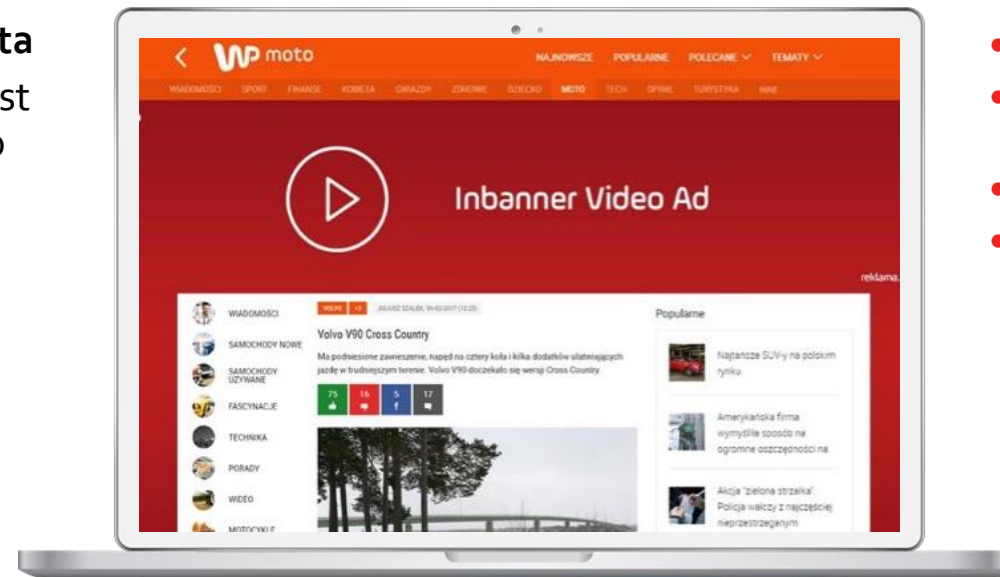
- **Zauważalny przekaz** reklamowy
- Dotarcie do użytkowników na **każdej płaszczyźnie** komunikacji (desktop & mobile)
- **Budowanie świadomości** Klienta
- Idealny format reklamowy w **kampaniach wizerunkowych**

CUSTOMER JOURNEY



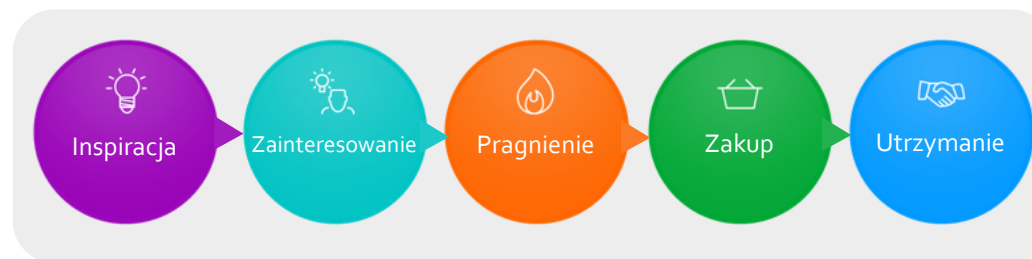
Ekspozycja materiału video Klienta w atrakcyjny sposób

- Emisja z materiałem **video Klienta**
- Dźwięk w kreacji uruchamiany jest po najechaniu kursorem na video
- Format posiada wszystkie cechy tradycyjnego screeningu



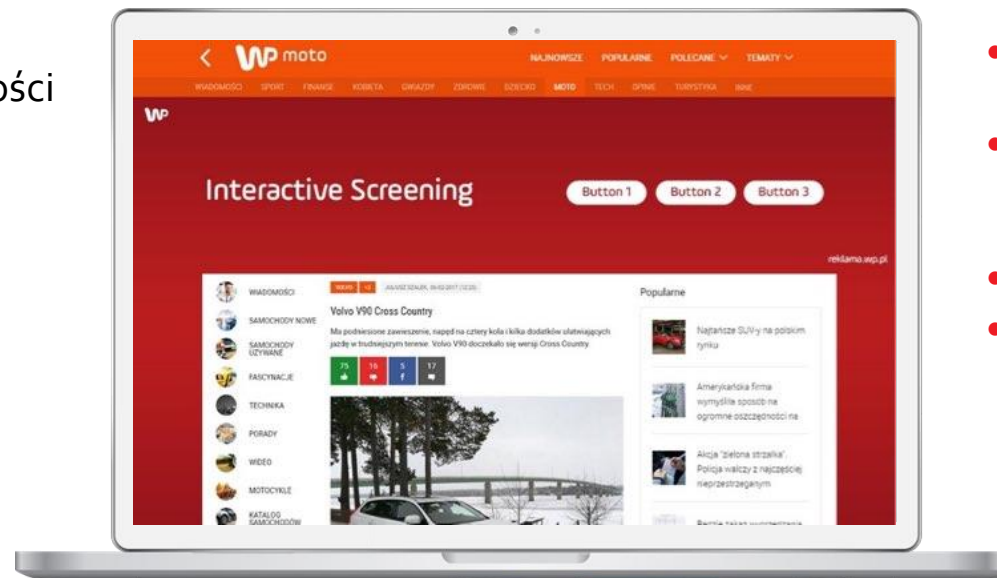
- **Zauważalny przekaz** reklamowy
- Ekspozycja materiałów video Klienta
- **Budowanie świadomości** marki
- Idealny format reklamowy w **kampaniach wizerunkowych**

CUSTOMER JOURNEY



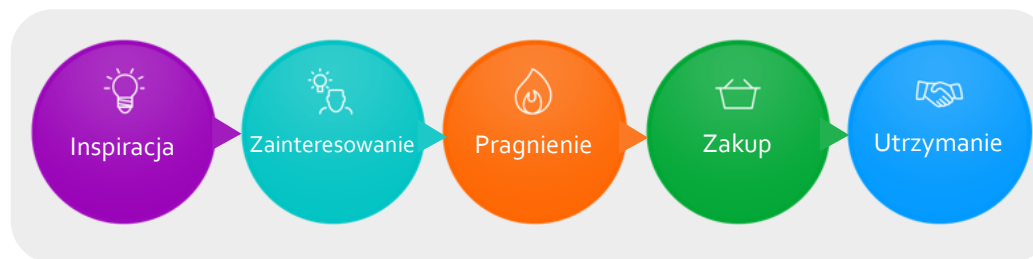
Dynamiczna kreacja prezentująca właściwości produktu Klienta

- **Dedykowany format** do przedstawienia różnych właściwości produktu
- **Dynamiczna kreacja** wideboard następuje zmiana tapety
- **Zwiększone zaangażowanie** odbiorców w stosunku do tradycyjnego screeningu



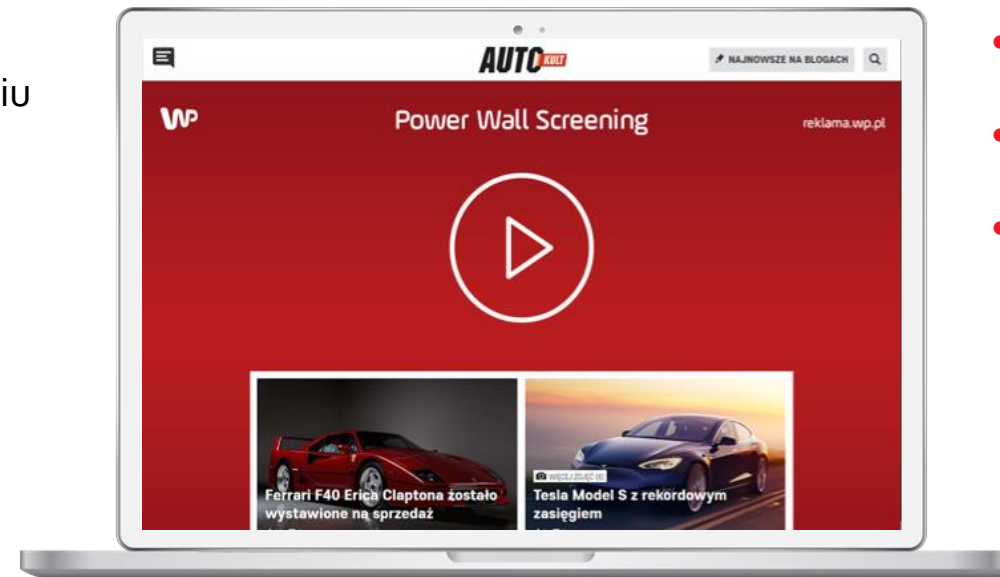
- Interaktywna forma zwiększa zaangażowanie
- Dotarcie do użytkowników na **każdej płaszczyźnie** komunikacji (desktop & mobile)
- **Budowanie świadomości Klienta**
- Idealny format reklamowy w **kampaniach wizerunkowych**

CUSTOMER JOURNEY



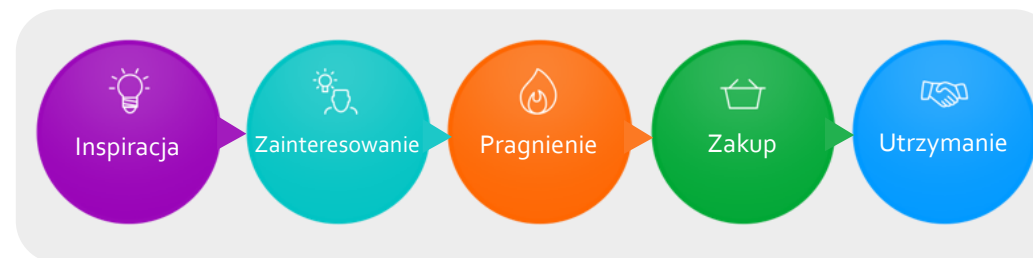
Widoczna kreacja efektywnie budująca zasięg marki

- Znacznie większa **widoczność** komunikatu Klienta w porównaniu z tradycyjnym screeningiem
- Idealny do **kampanii wizerunkowych** oraz promocyjnych
- Możliwość przekierowania na konkretny **landing page Klienta**



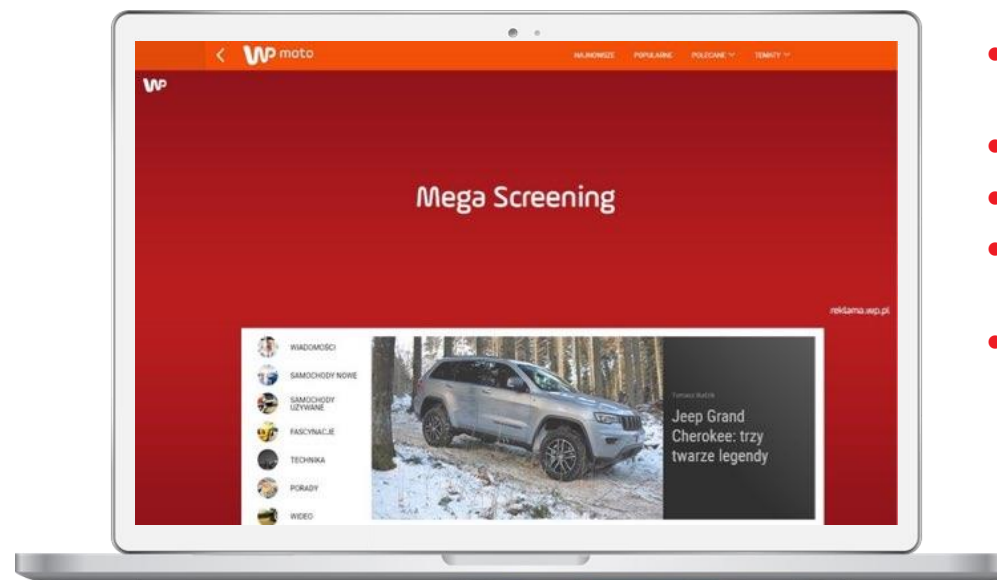
- Skuteczność kreacji – pełna **widoczność dla odbiorców**
- Ekspozycja materiałów **video Klienta**
- **Konwersja ruchu** na strony Klienta

CUSTOMER JOURNEY



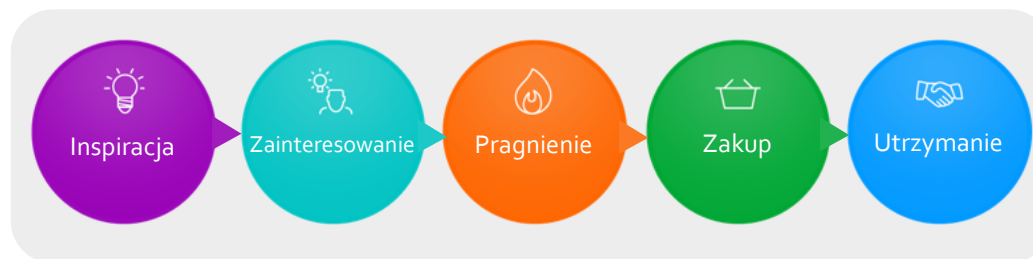
Widoczna powierzchnia reklamowa o szerokim zasięgu

- **Największa powierzchnia reklamowa** z dostępnych w serwisach GWP, nieinwazyjnych kreacji reklamowych
- **Zintegrowana komunikacja** na dwóch formatach reklamowych: Tapeta + Gigabillboard
- Tapeta scrolluje się wraz z serwisem
- **Format dostępny w każdym serwisie GWP** oraz w pakiecie zasięgowym na wszystkich nowych serwisach



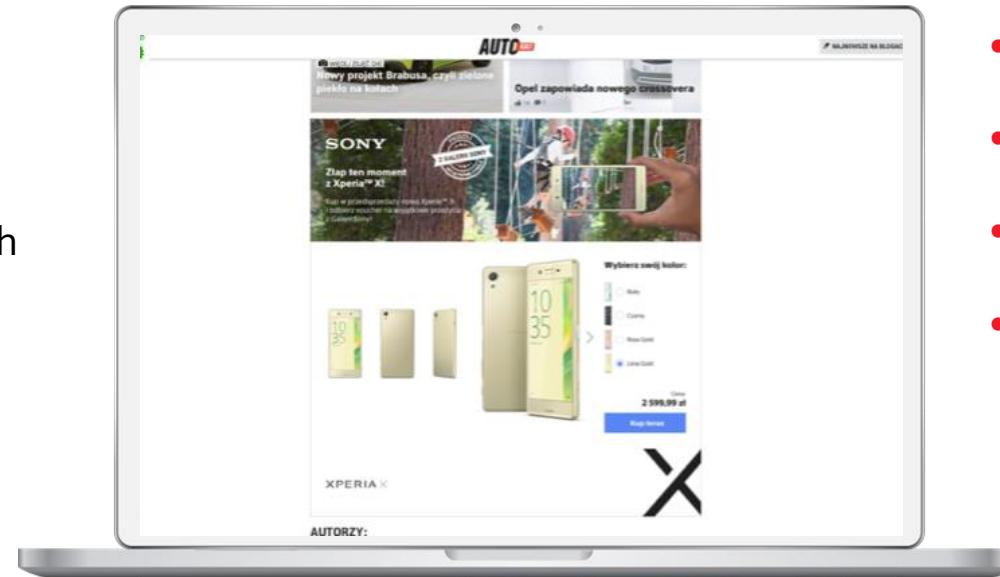
- **Pełna widoczność** Klienta oraz duża interakcja z kreacją
- Zwiększona konwersja ruchu
- **Premium ekspozycja** w serwisie
- CTR-y kreacji **nawet do 5,5%** (minimum 1,2%)
- Engagement w kreacji **nawet do 10%**

CUSTOMER JOURNEY



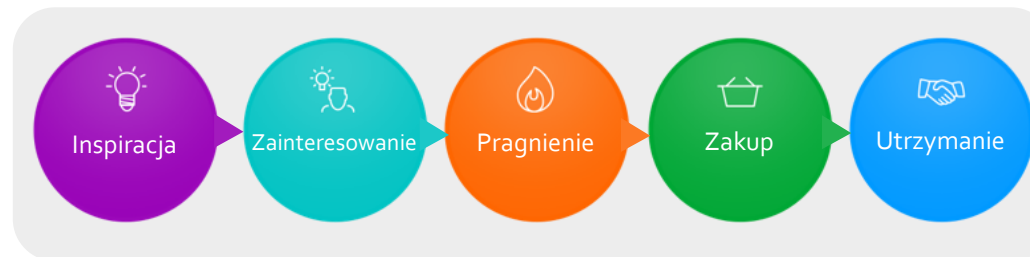
Format premium w emisji instream

- **Interaktywna** lub statyczna postać kreacji
- Zwiększona **widoczność** komunikatu Klienta
- Emisja wśród treści w najlepszych dla **atencji** odbiorców miejscach
- Skutecznie angażuje **odbiorców**
- Możliwość umieszczenia **interaktywnych elementów** na kreacji



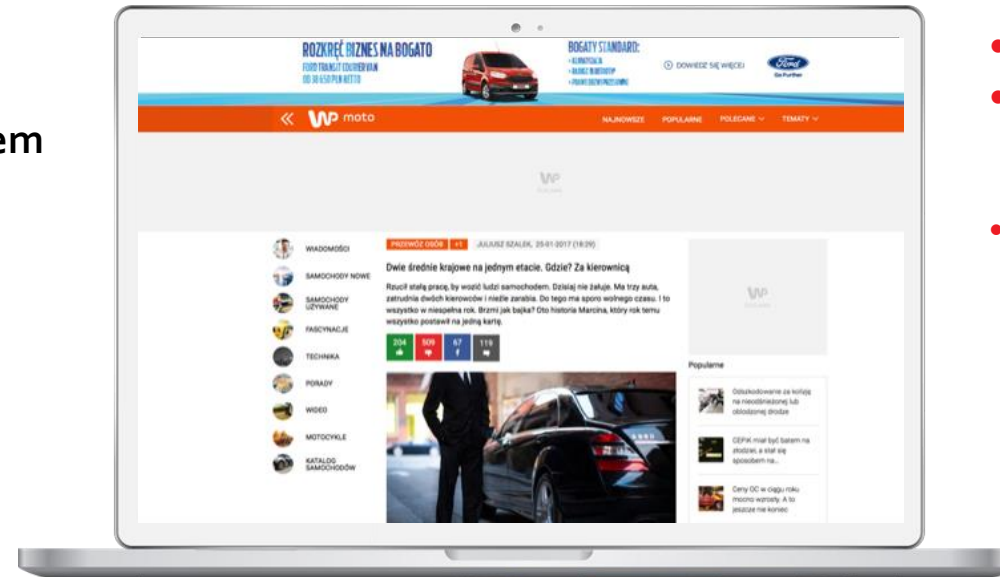
- Skuteczne dotarcie i **zaangażowanie** odbiorców
- **Wysoki wpływ** na budowę świadomości Klienta
- Dopasowanie do kampanii **wizerunkowych i promocyjnych**
- **Nieinwazyjny** przekaz reklamowy

CUSTOMER JOURNEY



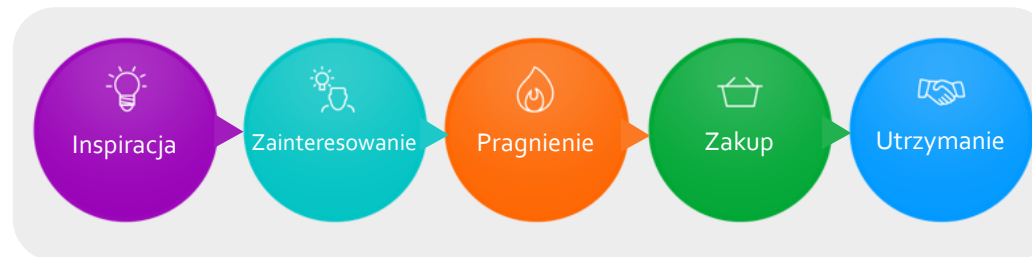
Zasięgowa kreacja pozwalająca na konwersję ruchu

- **Wizerunkowy** format dostępny we wszystkich serwisach GWP
- Kreacja **podąża za użytkownikiem**
- Możliwość emitowania z tapetą reklamową w wersji expandowej



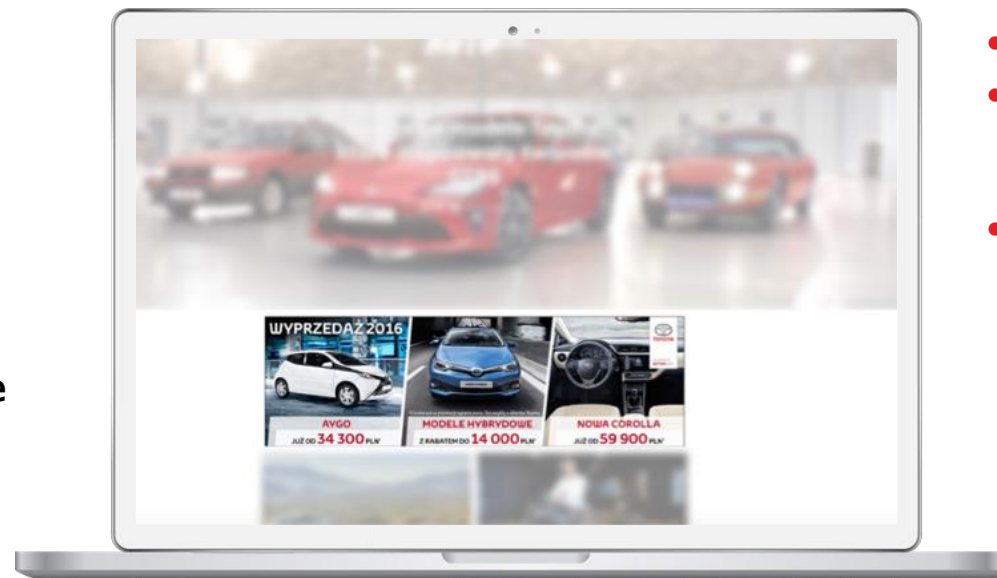
- Zwiększona **widoczność Klienta**
- Wyższe **wyniki CTR** – efektywniejsze dotarcie do odbiorców marki
- **Duży zasięg** dotarcia z przekazem reklamowym Klienta w najlepiej dobranym kontekście

CUSTOMER JOURNEY



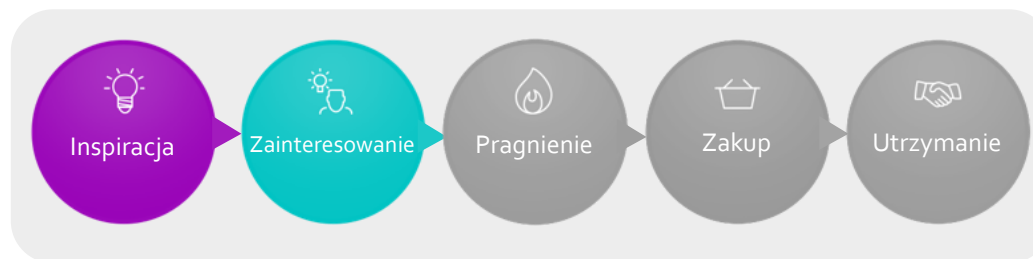
Zauważalny format zwiększający interakcję z użytkownikami

- **Zauważalny format premium** dzięki zamazaniu treści strony na pierwszej odśłonie format zwraca uwagę znacznie bardziej niż zwykły billboard
- **Wysoka konwersja** na stronach docelowych
- **Nietuzinkowy wygląd wywołuje** zainteresowanie użytkowników



- **Zwiększona interakcja** z odbiorcą
- Zbudowanie **zaangażowania**, przyciągnięcie uwagi do komunikatu
- Premium **ekspozycja Klienta**

CUSTOMER JOURNEY



Instream Video Ad



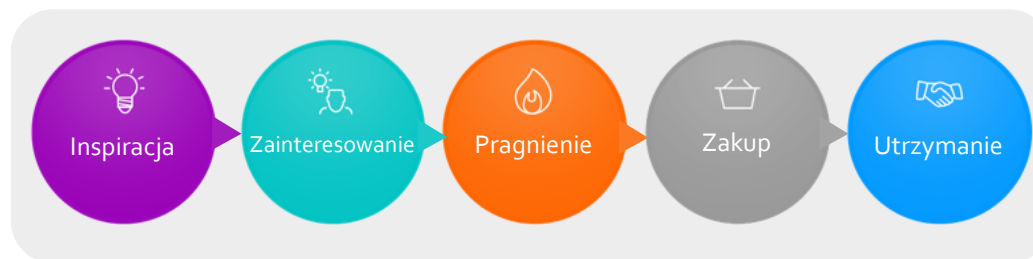
Emisja przy formatach video GWP

- Emisja reklam Instream Video Ad na **wysokiej jakości materiałach video**
- Emisja RON / ROS / targetowanie w kontekstach
- Spoty 15 s / 30 s

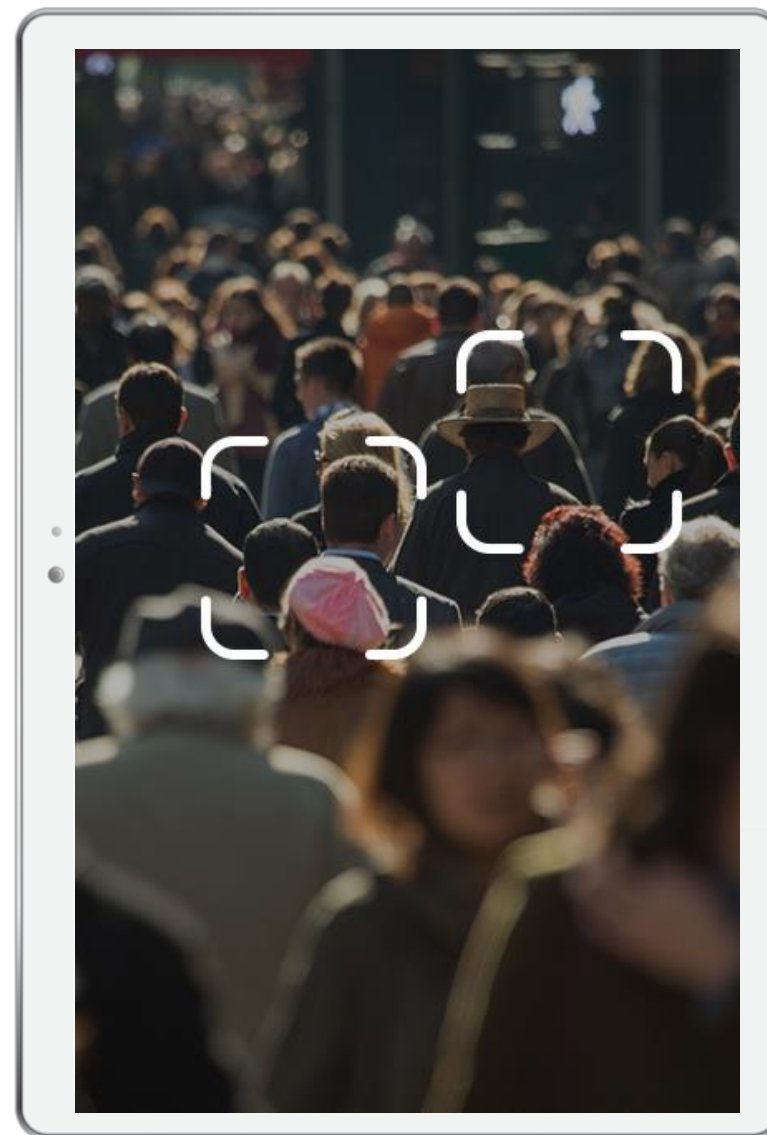


- **Wizerunkowa obecność** przy atrakcyjnych treściach video
- **Szerokie dotarcie** w poszczególnych grupach docelowych

CUSTOMER JOURNEY



- Dotarcie do odbiorców z przekazem marki przez dwa **największe systemy pocztowe WP i O2**
- **Precyzyjne targetowanie** w oparciu o zaawansowany produkt **WP Power Audience**
- Targetowanie o **profile / grupy docelowe** predefiniowane i tworzone na indywidualne **potrzeby** reklamodawcy, dopasowane do rozwiązań content marketingowych
- Funkcjonalności i narzędzia poprawiające efektywność przekazu m.in. podświetlenie wiadomości, **personalizacja**, zaawansowane targetowanie, optymalizacja
- Wolumen wysyłki ustalany indywidualnie na podstawie potencjału profili marketingowych (śr. 20 000 adresów)





Holistyczna **budowa wizerunku marki w sieci** oraz zaangażowania użytkowników poprzez zastosowanie **kompleksowej ścieżki komunikacji** od budowy świadomości poprzez zakup do utrzymania lojalności odbiorców



Ekspozycja marki w **profesjonalnych serwisach tematycznych** z obszaru motoryzacja



Precyzyjne targetowanie poprzez aktywne zastosowanie **profilu BIG DATA**



Materiały premium tworzone przez profesjonalną redakcję (artykuły, materiały video (w tym 360 stopni), quizy, sondy, infografiki)



Współpraca z **czołowym dostawcą kontentu** w polskim Internecie



Możliwość rozszerzenia współpracy z **Telewizją WP**

Odkryj prawdziwy motoryzacyjny świat w Polsce. Wirtualnej Polsce.

Biuro Reklamy Grupy Wirtualna Polska S.A.

ul. Jutrzenki 137 A, 02-231 Warszawa

www.reklama.wp.pl

reklama@grupawp.pl

„Wszelkie prawa zastrzeżone. Wszelkie treści zamieszczone w niniejszym dokumencie stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa Grupy Wirtualna Polska S.A. oraz przedmiot praw autorskich lub/i licencji przysługujących Grupie Wirtualna Polska S.A. lub/i innym osobom i podlegają ochronie prawnej wynikającej w szczególności z ustawy z dnia 16.04.1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji oraz ustawy z dnia 04.02.1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Z wielokrotnianie lub/i rozpowszechnianie lub/i inne wykorzystywanie niniejszego dokumentu lub jakiegokolwiek jego części, bez względu na sposób lub formę tego wielokrotnienia lub/i rozpowszechniania lub/i wykorzystania, wymaga uprzedniej pisemnej Grupy Wirtualna Polska S.A.”

„Dokument niniejszy nie stanowi oferty w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 23.04.1964 r. kodeks cywilny.”

