

Technologiczni i innowacyjni

Oferta reklamowa GWP 2017
w obszarze technologie



Nowe technologie – fakty



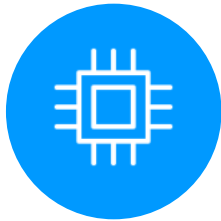
- **61,5% użytkowników** Internetu w Polsce odwiedza serwisy związane z nowymi technologiami*
- Nowe technologie zmieniły sposób myślenia polskiego społeczeństwa, bowiem aż **82,0% respondentów** twierdzi, iż poprawiły ich jakość życia w społeczeństwie**
- **9,2 mln Polaków** dba, żeby ich dom był wyposażony w sprzęty najnowszej technologii. 82% z nich korzysta z Internetu***
- 44,4% z nich to osoby zarabiające netto 2 000 PLN miesięcznie i więcej***

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

**Źródło: Badania domu mediowego OMD Poland na podstawie raportu: *OMD Future of Poland*.

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

Nowe technologie w polskim Internecie



Zasięg kategorii Nowe Technologie w polskim internecie to **16,8 mln realnych użytkowników***



54% odwiedzających serwisy z kategorii **Nowe Technologie** to **mężczyźni***



Użytkownicy średnio spędzają **16 minut i 28 sekund** na serwisach z kategorii **Nowe Technologie***



Serwisy z kategorii **Nowe Technologie** uzyskują w polskim Internecie najwyższe dopasowanie w grupie wiekowej **15-24***



Według badania TGI **63 %** Polaków deklaruje posiadanie **smartfona ****

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

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

Technologie – treści

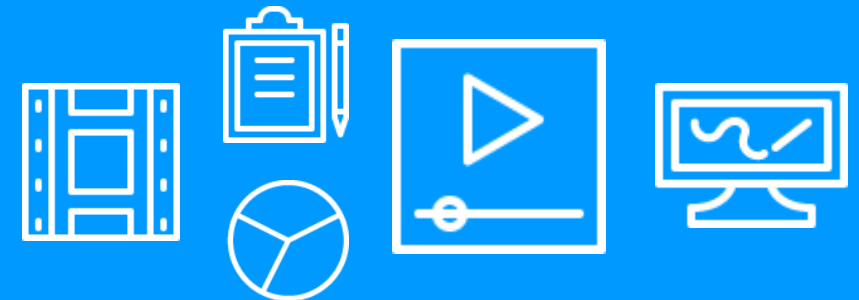


Surfując po sieci, użytkownicy często poszukują:

- 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 technologii

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

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

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

Porady oraz materiały „zrób to sam” z obszaru technologii

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

Szybki dostęp do porad związanych z obszarem technologii

Kompendia wiedzy, przewodniki, treści poradnikowe, fora

Technologie – ekosystem



Nr 1 w kategorii Nowe Technologie:

- WP Tech
- Gadżetomania
- Komórkomania
- Fotoblogia
- Dobre Programy
- WP Gry



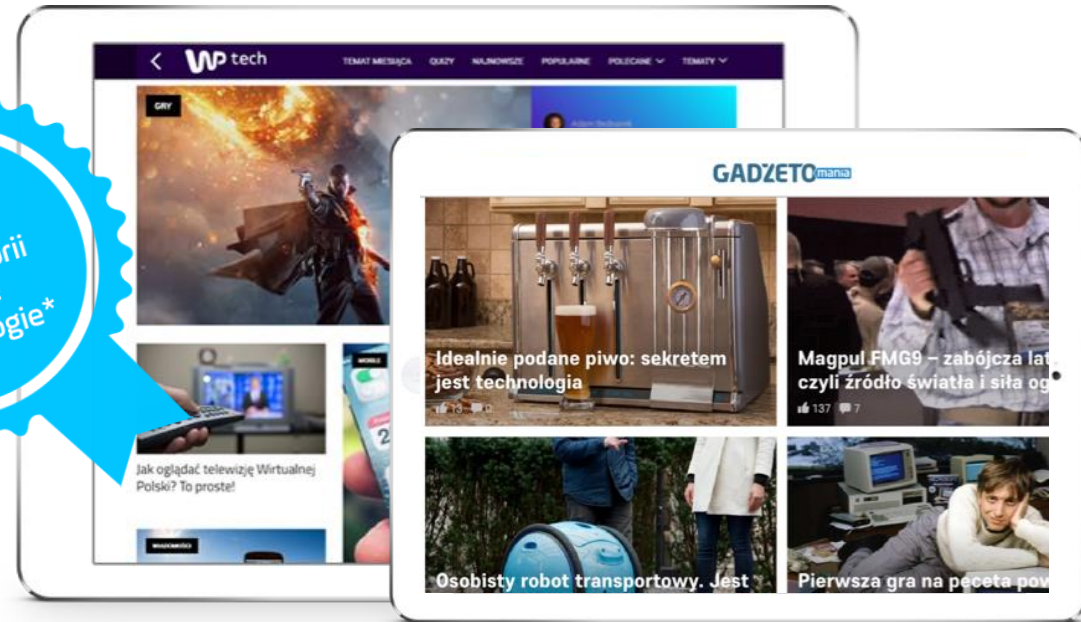
Nowoczesne i angażujące media

- Przejrzyste i intuicyjne layouty stron
- Testy i opinie na temat nowości technologicznych
- Angażujący content rozbudowany o video
- Profesjonalne treści o wysokim poziomie social engagment i social proof



Twórcy treści

Opiniotwórczy redaktorzy oraz blogerzy:
Zbigniew Urbański, Joanna Sosnowska, Tomasz Kutera, Krzysztof Basel



Statystyki*:

- Liczba realnych użytkowników miesięcznie: **6,9 mln**
- Liczba odsłon miesięcznie: **31,2 mln**
- Średnia liczba odsłon/użytkownik: **4,5 / RU**
- Średni czas spędzony na stronie: **5 minut 19 sekund / użytkownik**
- Forum dyskusyjne **ponad 1 mln aktywnych użytkowników**
- Liczba fanów w mediach społecznościowych (łącznie): **312,7 tys. fanów na FB****



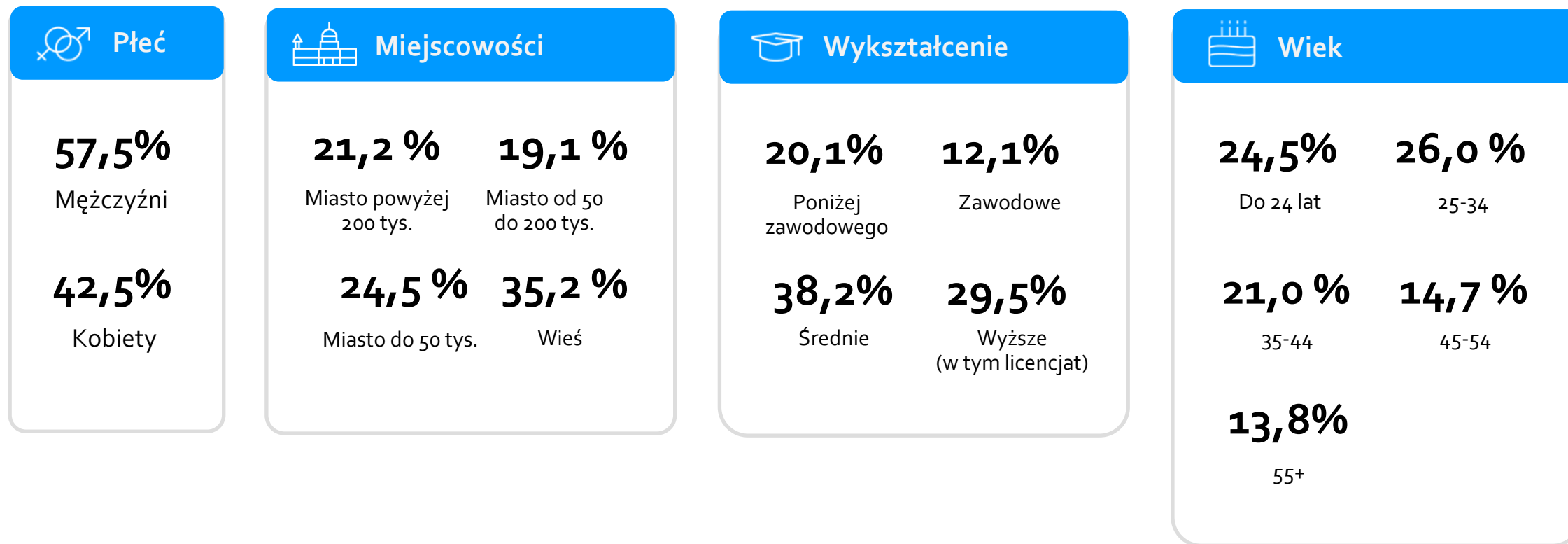
Kompleksowa oferta reklamowa

- Content Marketing
- Reklama Natywna
- Premium Display & Video

*Źródło: Badanie PBI/Gemius, styczeń 2017

** Źródło: Dane Facebook Analytics, 02.2017

Technologie – nasi odbiorcy*



* Źródło: Badanie Gemius/PBI, styczeń 2017

Technologie – landscape serwisów GWP



GADZETOmania

Analiza trendów, poradniki DIY, przegląd nowości

Nasi odbiorcy: Hard userzy, głównie mężczyźni zainteresowani **testami sprzętów, poradnikami i recenzjami**

FOTOBLOGIA

Doradztwo przy zakupie, testy, bogate recenzje akcesoriów i sprzętów fotograficznych

Nasi odbiorcy: Prawdziwi pasjonaci fotografii, zorientowani na wysoką jakość w stosunku do ceny, często korzystają z porad zanim zakupią sprzęt

WP gry

Recenzje gier, atrakcyjne relacje z eventów, najświeższe newsy dla graczy i osób zainteresowanych grami, katalog gier online

Nasi odbiorcy: Pasjonaci gier, osoby, które lubią być na bieżąco ze wszystkimi nowościami z rynku gier i konsol

Technologie

WP tech

Angażujące treści, aktualne informacje ze świata technologii, militariów i nauki

Nasi odbiorcy: Fani nowinek technicznych, poszukujący aktualnych informacji o nadchodzących premierach

Komórko**mania**

Analizy sprzętu, felietony, cykliczne testy najnowszych sprzętów

Nasi odbiorcy: Zdecydowani, **świadomi rynku technologii**, śledzący najnowsze trendy i rozwiązania

dobreprogramy

Najświeższe newsy, porady, testy i przeglądy programów, recenzje blogerów technologicznych

Nasi odbiorcy: Gracze, **fani aplikacji** i ciekawych rozwiązań mobilnych i desktopowych

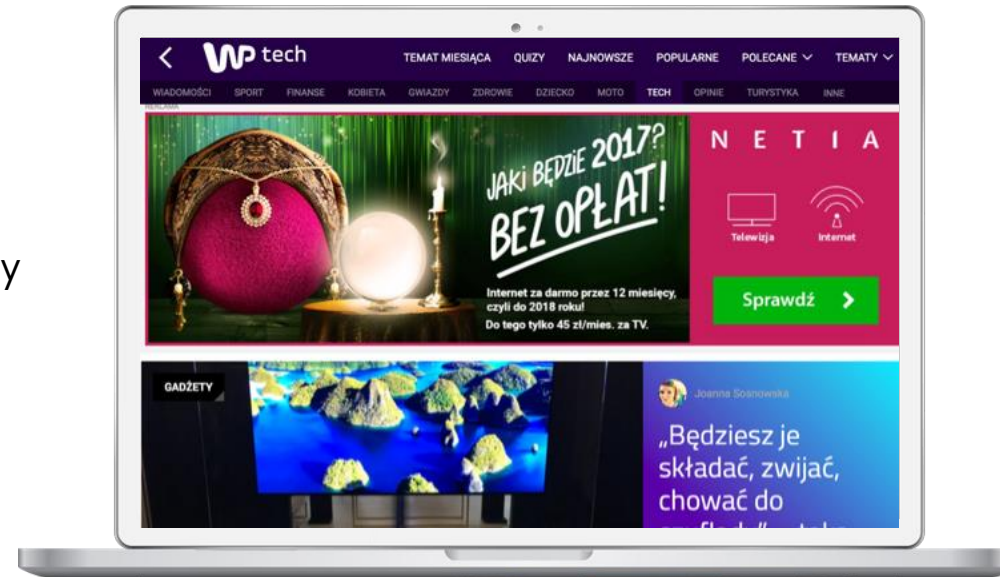
Technologie – landscape serwisów - WP Tech



Redaktor naczelna obszaru: Joanna Sosnowska

Charakterystyka serwisu:

- Dynamicznie rozwijający się **serwis o technologii, nauce i militariach**
- **Ambitne, wiarygodne treści** tworzone przez ekspertów branży technologicznej
- **Stale rosnąca grupa fanów**, którzy aktywnie biorą udział w dyskusjach w serwisie oraz w mediach społecznościowych



Popularne artykuły 2016 roku**:

- Galileo, nowa lepsza nawigacja satelitarna już działa w Europie – **1 022 889 PV**
- Jak odbierać kanały na 8 multiplexie – **522 334 PV**
- 7 sposobów na utrzymanie smartfona z Androidem w dobrym zdrowiu – **351 800 PV**



1,8 mln*
realnych użytkowników



7 mln
odstón



3,9
odstóny /
użytkownik



4 minuty 59 sekund
czas spędzony na stronie /
użytkownik



93,0 tys.
liczba fanów na FB

*

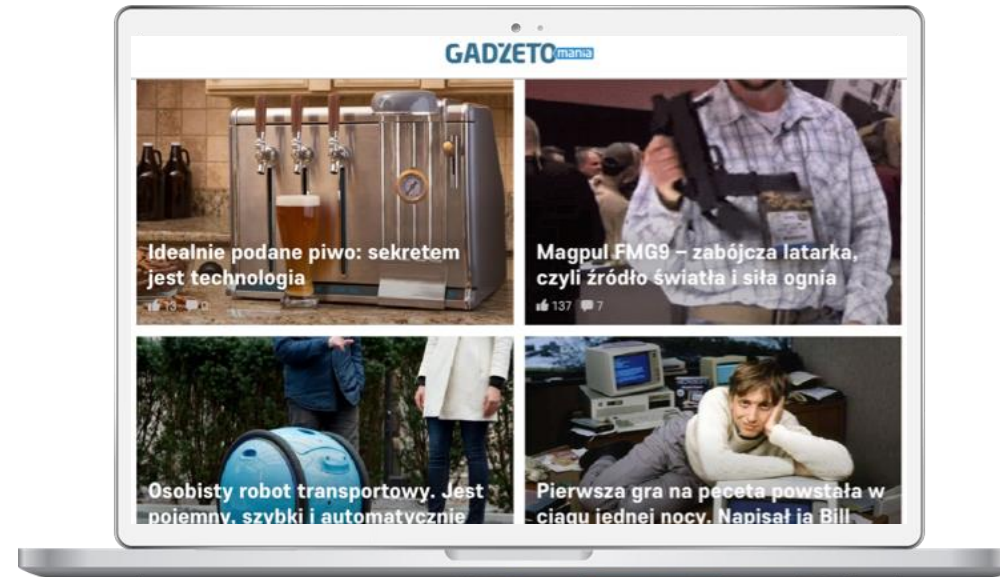
Technologie – landscape serwisów – Gadżetomania



Redaktor naczelny serwisu: Łukasz Michalik

Charakterystyka serwisu:

- Serwis **ukierunkowany na treści produktowe**, profesjonalne poradniki, testy sprzętu, analizy, rankingi, zestawienia
- **Korelacja treści z intencją zakupową** użytkowników
- Ekspertki branży technologicznej



Popularne artykuły 2016 roku**:

- Telewizory 3D - czy to jeszcze się opłaca? – **319 200 PV**
- Dyski twarde - które najlepsze? – **55 363 PV**
- Inteligentne rowery – **71 824 PV**



1,4 mln

realnych użytkowników



3,4 mln
odstron



2,4
odstrony /
użytkownik



3 minut 17 sekund
czas spędzony na stronie /
użytkownik



42,8 tys.
liczba fanów na FB

*

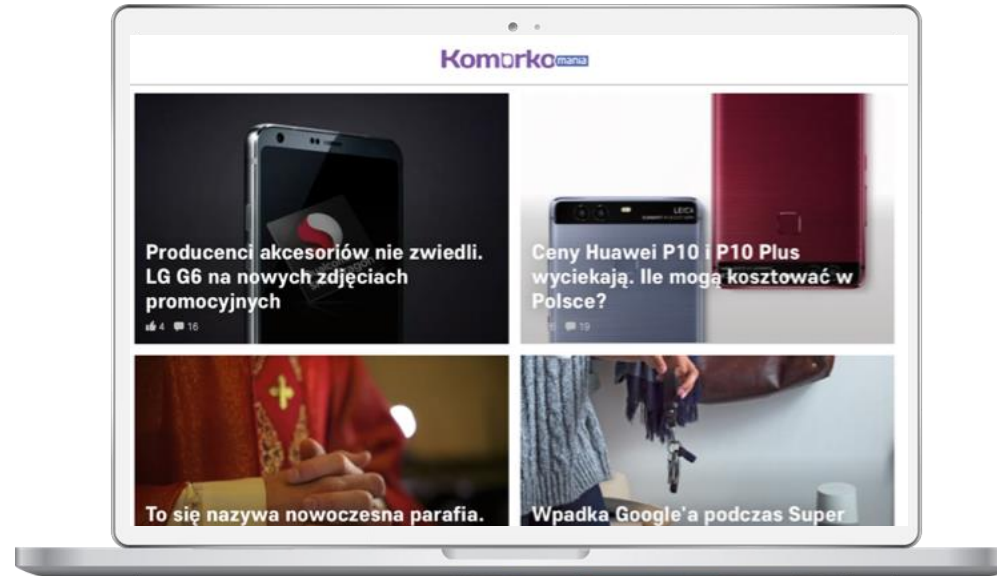
Technologie – landscape serwisów – Komórkomania



Redaktor naczelny serwisu: Miron Nurski

Charakterystyka serwisu:

- **Największy w Polsce serwis** poświęcony technologiom mobilnym
- **Wysoka jakość, rzetelne treści** przygotowywane przez wpływowych ekspertów branży technologicznej
- **Aktywna społeczność** serwisu



Popularne artykuły 2016 roku**:

- Samsung Galaxy A5 (2016) - test i recenzja – **127 459 PV**
- W sklepie czy u operatora? Sprawdziliśmy, gdzie bardziej opłaca się kupować telefony – **126 146 PV**
- Dlaczego w Polsce jest tak mało smartfonów dual SIM? – **113 393 PV**


1,1 mln
realnych użytkowników


3,7 mln
odstron


3,2
odstrony /
użytkownik


4 minuty 6 sekund
czas spędzony na stronie /
użytkownik


30,1 tys.
liczba fanów na FB

*

Technologie – landscape serwisów – Fotoblogia



Redaktor naczelny serwisu: Krzysztof Basel

Charakterystyka serwisu:

- **Największy serwis o fotografii** w polskim Internecie
- Profesjonalne, inspirujące treści tworzone przez zawodowych fotografów i pasjonatów
- **Zaangażowana społeczność** użytkowników, którzy czynnie biorą udział w życiu serwisu i mediach społecznościowych



Popularne artykuły 2016 roku**:

- 12 niezwykłych obiektywów fotograficznych na świecie – **162 594 PV**
- 15 najbardziej wiarygodnych fotograficznych manipulacji? – **85 804 PV**
- Jak dobrze sfotografować półcieniowe zaćmienie księżyca? Poradnik – **167 032 PV**


944 tys.
realnych użytkowników


2,3 mln
odstón


2,4
odstóny/
użytkownik


4 minuty 34 sekund
czas spędzony na stronie/
użytkownik


55,7 tys.
liczba fanów na FB

*

Technologie – landscape serwisów – WP Gry



Redaktor naczelna obszaru: Joanna Sosnowska

Charakterystyka serwisu:

- **Nowy serwis** o tematyce gier
- Serwis skupiający pasjonatów gier i konsol
- Wbudowana agregator gier online
- Redakcja zaangażowana w **budowanie społeczności** i interakcję poprzez serwis i kanały społecznościowe



Nowy segment Grupy Wirtualna Polska dedykowany **branży gier**

Nowe możliwości i miejsca ekspozycji dla marek



209 tys.
realnych użytkowników



665,9 tys.
odsłon



3,19
odsłony /
użytkownik



6 minut 15 sekund
czas spędzony na stronie/
użytkownik



17,3 tys.
liczba fanów na FB

*

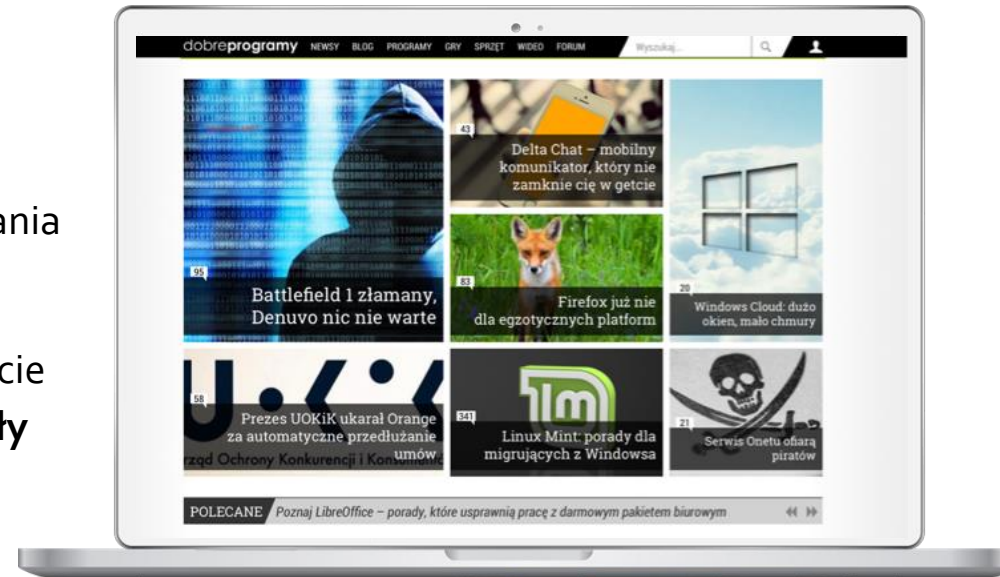
Technologie – landscape serwisów – Dobre Programy



Redaktor naczelny serwisu: Adam Golański

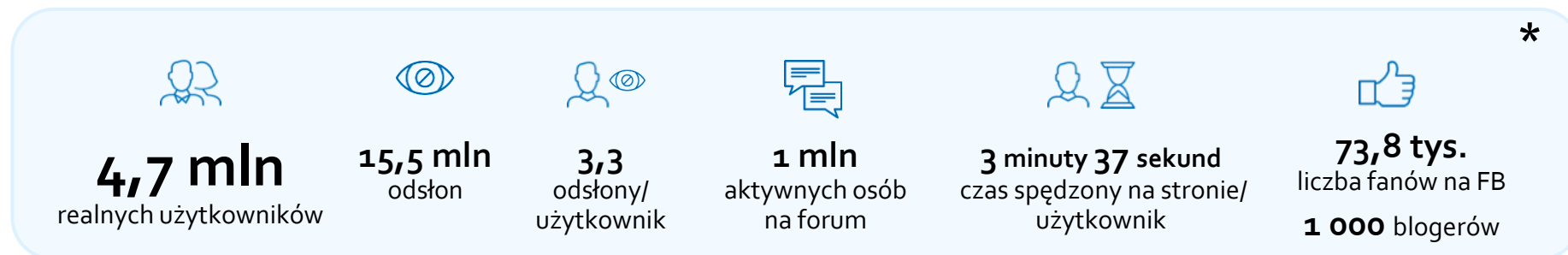
Charakterystyka serwisu:

- **Największy serwis** w kategorii Nowe Technologie w Polsce
- **Setki opiniotwórczych treści** na temat aplikacji, oprogramowania i sprzętu komputerowego
- Jedno z **największych forum dyskusyjnych** w polskim Internecie
- Atrakcyjne i angażujące **materiały video, infografiki i animacje**

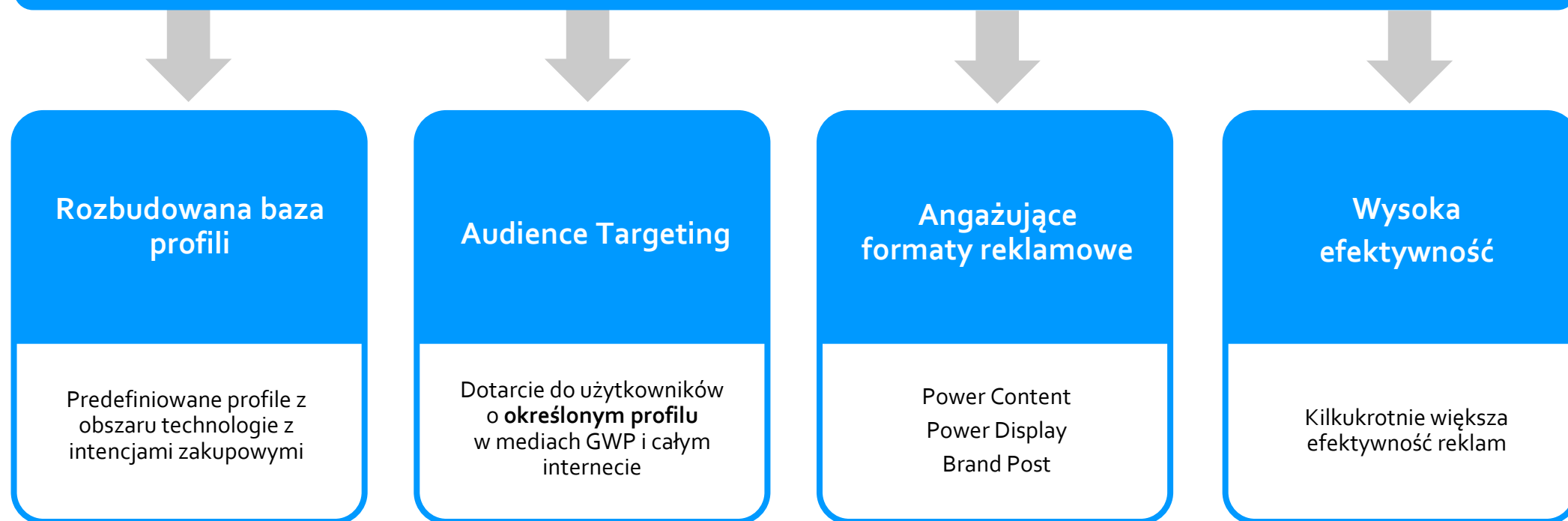


Top 3 artykułów 2016 roku**:

- Koniec Torrenty.org. Po ponad 10 latach polska torrentownia zniknęła z Sieci – **294 9422 PV**
- Pokemon GO – 6 rzeczy, które warto wiedzieć zanim zaczniesz grać - **148 842 PV**
- Przewodnik po Kodi (XBMC). Ustawiamy i ulepszamy popularny odtwarzacz mediów – **102 132 PV**



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 odbiorców dla branży technologicznej – audience targeting



Mikołaj – Komórkowiec

Wiek 35-44 lat
Miasto do 100 tys. mieszkańców

Motywacje:

- Interesują go głównie nowości w świecie technologii i nowe aplikacje

Cele:

- Zakup smartfona posiadającego najciekawsze rozwiązania na rynku

Zachowania:

- Przegląd Internetu pod kątem nowości, trendów i eventów technologicznych

Potencjał: 512 186 UU*



Ryszard – Gadżeciarz

Wiek: 25-34 lat
Miasto powyżej 200 tys. mieszkańców

Motywacje:

- Chce monitorować każdy swój krok za pomocą nowych technologii

Cele:

- Uzupełnienie bazy gadżetów o aktualne nowości

Zachowania:

- Dużo czasu spędza na testowaniu zakupionych produktów

Potencjał :414 654 UU



Katarzyna – Fotograf

Wiek: 25-34 lat
Wieś

Motywacje:

- Doskonalenie wiedzy z zakresu sprzętu filmowego/fotograficznego

Cele:

- Chciałaby zrobić profesjonalną sesję zdjęciową

Zachowania:

- Analizuje, przegląda i ogląda tutoriala na temat filmowania, montowania itp.

Potencjał: 250 810 UU

Profile odbiorców – przykłady – audience targeting



**System
Android**
Potencjał:

625 300 UU

- Codziennie korzystający z systemu Android
- Posiadają kilka urządzeń z tym systemem
- Wyszukują aplikacji i aktualizacji do systemu



**Technologie
mobilne**
Potencjał:

2 744 830 UU

- Poszukują najciekawszych rozwiązań na rynku
- Interesują ich zarówno sprzęty jak i usługi mobilne
- Intencja zakupowa do posiadania więcej niż jednego urządzenia



**Przeglądarki
Internetowe**
Potencjał:

2 421 185 UU

- Internet jako pierwsze źródło informacji
- Decyzje zakupowe podejmowane w Internecie
- Aktualne informacje, testy sprawdzają na ulubionych stronach www



Militaria
Potencjał:

1 387 000 UU

- Świadomi zagrożeń, interesują się bezpieczeństwem narodowym
- Pasjonaci militariów współczesnych i wojennych
- Aktywni uczestnicy eventów militarnych



**Technologie
komputerowe**
Potencjał:

1 167 456 UU

- Śledzą nowinki związane ze sprzętem komputerowym
- Mają silną intencję zakupową (upgrade hardware)
- Często zmieniają sprzęt na nowszy



Astronomia
Potencjał:

200 259 UU

- Poszukujący konkretnych informacji z zakresu astronomii i nauki
- Śledzący mocno trendy w świecie nauki
- Odwiedzający muzea, wystawy itp.

Case – Telekomunikacja

Umowa abonamentowa

Kanał dotarcia

Mailing retargetowany do potencjalnych klientów, którzy nie dokończyli procesu zakupowego.

Scenariusz

Identyfikacja użytkowników, którzy :

- byli na stronach dostawcy usług telekomunikacyjnych w zakładkach z ofertą lub wyborem telefonów minimum 2 razy, nie dawniej niż 7 dni temu.
- nie byli na stronie z formularzem potwierdzenia danych osobowych tj. nie doszli do 3 kroku w procesie zamówienia online.

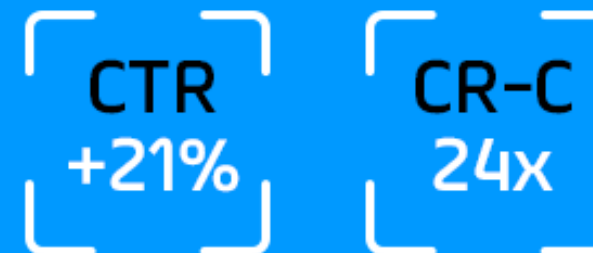
Wymagania

Strona dostawcy usług telekomunikacyjnych została oskryptowana kodami GWP. Dane zgromadzone zostały na platformie WP Power Audience.

Mailing optymalizowany+retargetowany
(pod CTR, pod PX) vs. standardowa wysyłka



Display optymalizowany+retargetowany
(pod CTR, pod PX) vs. standardowa emisja



Case – Telekomunikacja

Umowa abonamentowa

Kanał dotarcia

Display i mailing optymalizowany w kampanii zasięgowej oraz mailing retargetowany do potencjalnych klientów, którzy nie dokończyli procesu zakupowego.

Scenariusz

Etap 1. Emisje zasięgowe (mailing i display) optymalizowane pod efekt sprzedażowy.

Etap 2. Retargetowana wysyłka mailingowa, której celem było skłonienie klienta do dokończenia procesu zakupu. Retargetowani są użytkownicy, którzy rozpoczęli proces konwersji (wybór prędkości transmisji danych, sprawdzenie zasięgu i dojście do formularza danych osobowych), ale nie potwierdzili zamówienia.

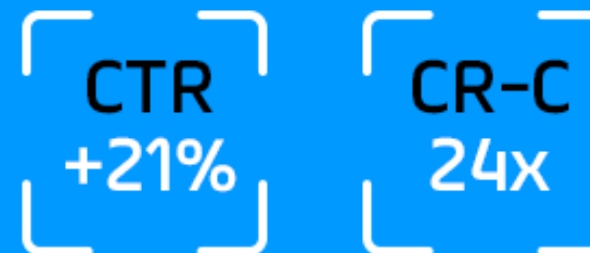
Wymagania

Strona dostawcy usług telekomunikacyjnych została oskryptowana kodami GWP. Dane zgromadzone zostały na platformie WP Data Power.

Mailing optymalizowany+retargetowany
(pod CTR, pod PX) vs. standardowa wysyłka



Display optymalizowany+retargetowany
(pod CTR, pod PX) vs. standardowa emisja



Technologie – najskuteczniejsze targetowanie reklam



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 odbiorców w obszarze technologicznej, innych mediach GWP oraz Internecie

Produkty reklamowe i rozwiązania

Produkty reklamowe i rozwiązania



Content Marketing

- Tematy Miesiąca (Premiera, Gadżet, Gra)
- Brand Channel
- Cykl Redakcyjny
- Artykuł Natywny
- Artykuł Interaktywny
- Publikacje Influencerów
- Programy Redakcyjne Video z partnerstwem marki
- Original Series
- Social Video
- Konkurs z elementami grywalizacji (Dobre Programy)



Reklama Natywna

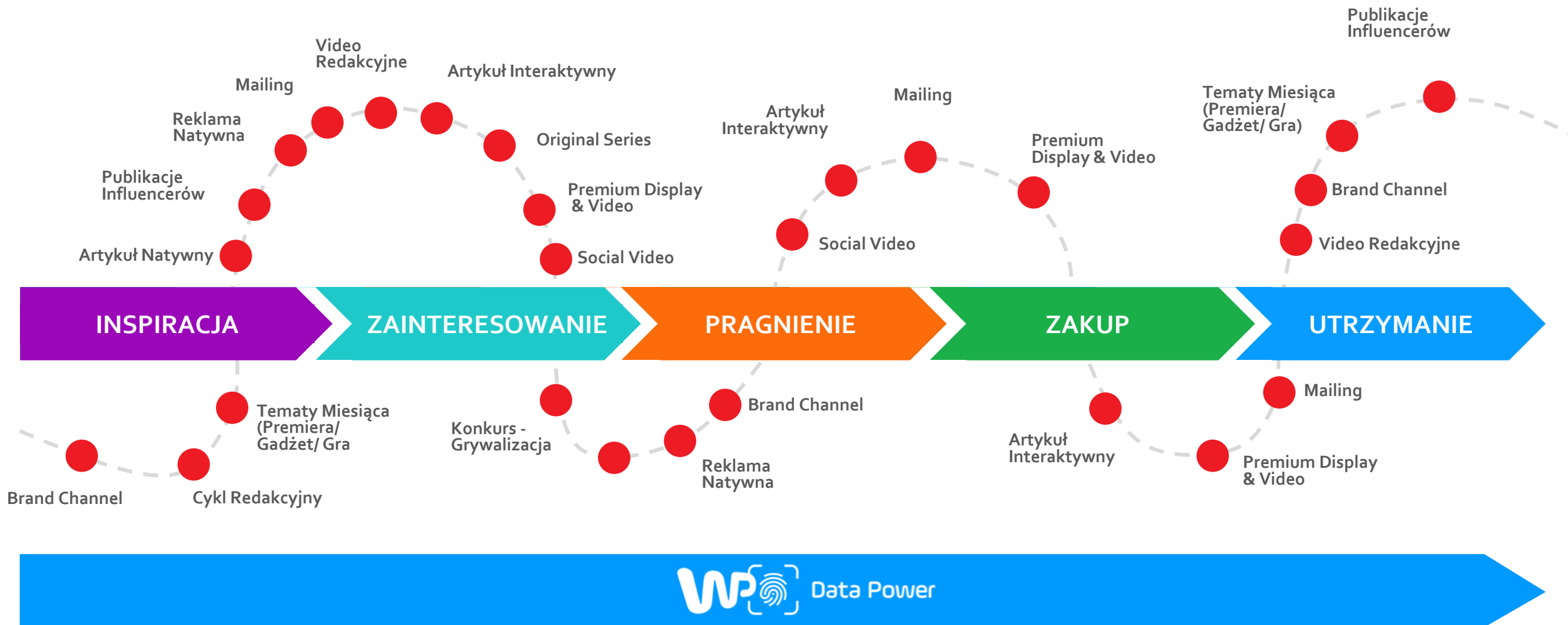
- Power Content
- Brand Post
- Quizy



Premium Display & Video

- Screening Tradycyjny
- Inbanner Video Ad
- Interactive Screening
- Power Wall Screening
- Mega Screening
- Power Display
- Nagłówek Sponsorowany
- Blur
- Sponsoring Serwisu z symulatorem produktu (Dobre Programy)
- Instream Video Ad

Produkty reklamowe i rozwiązania – customer journey

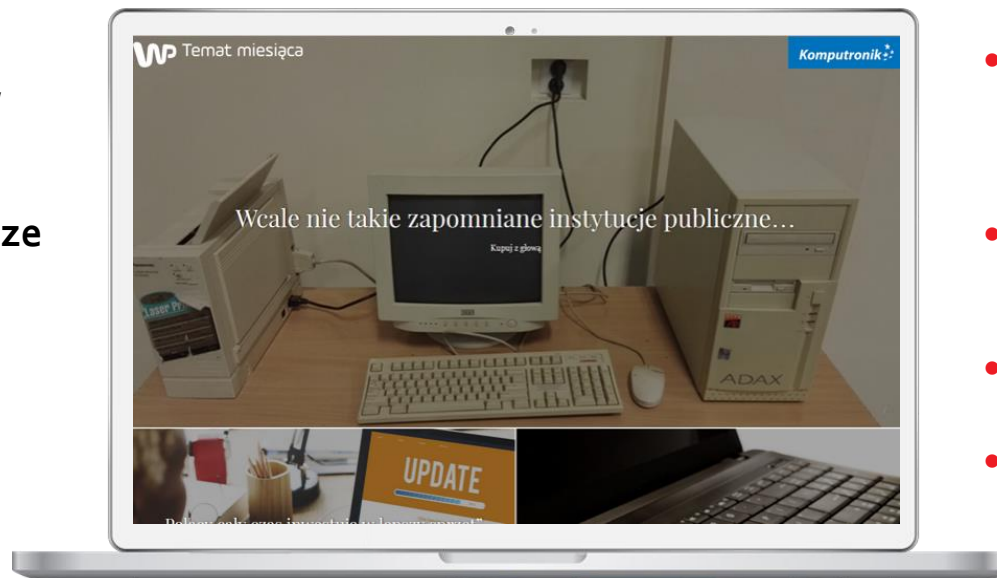


Content Marketing



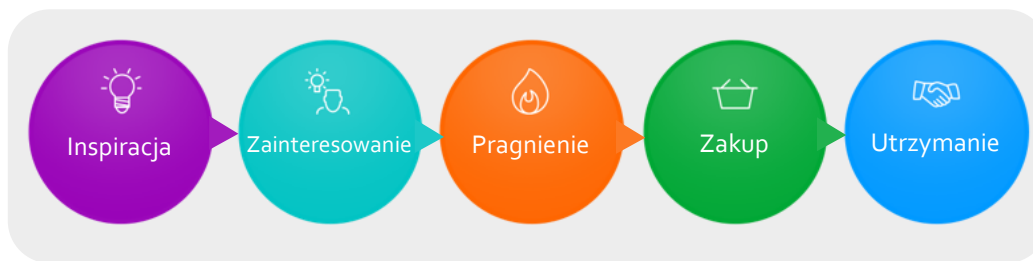
Pozycjonowanie Klienta jako eksperta tematu

- 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 **natynną 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 / Produkt / Gadżet / Gra)

harmonogram wydawniczy

STYCZEŃ	LUTY	MARZEC	KWIECIEŃ	MAJ	CZERWIEC
Przegląd sprzętów fitness	Piraci cyfrowi	Miesiąc z budżetowcami	Rozwiązania w technologii 360 stopni	Test – sprzęty do monitoringu	Innowacyjne rozwiązania w Twojej komórce
LIPIEC	SIERPIEŃ	WRZESIEŃ	PAŹDZIERNIK	LISTOPAD	GRUDZIEŃ
Back-up danych	Gadżety edukacyjne	Telewizor miesiąca	Gadżety dla studenta	Przygnębiająca jesień – przegląd gadżetów dobrych na stres	Prezenty kiedyś a dziś – przegląd sprzętu technologicznego

Tematy Miesiąca (Premiera / Produkt / Gadżet / Gra)



Artykuły natywne

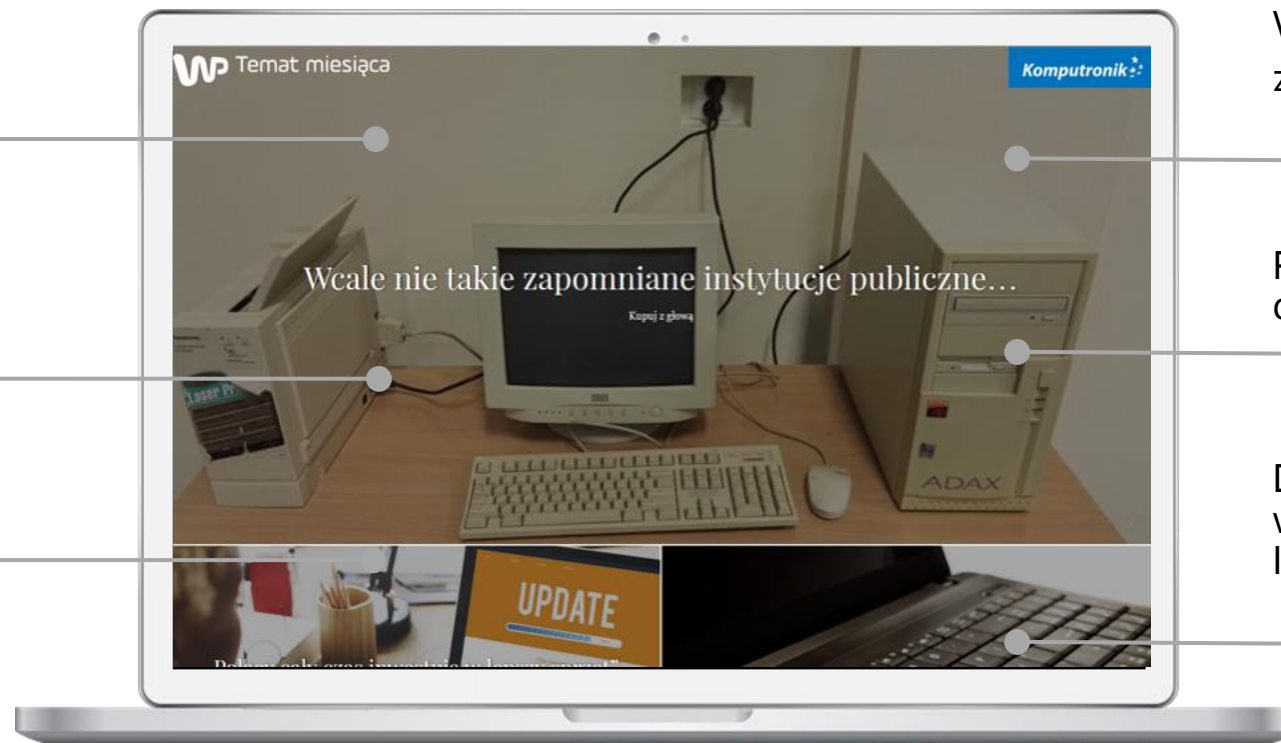
Materiał video
(np. 360 stopni)

Sesja zdjęciowa

Wizualny branding kanału
z oznaczeniem Klienta

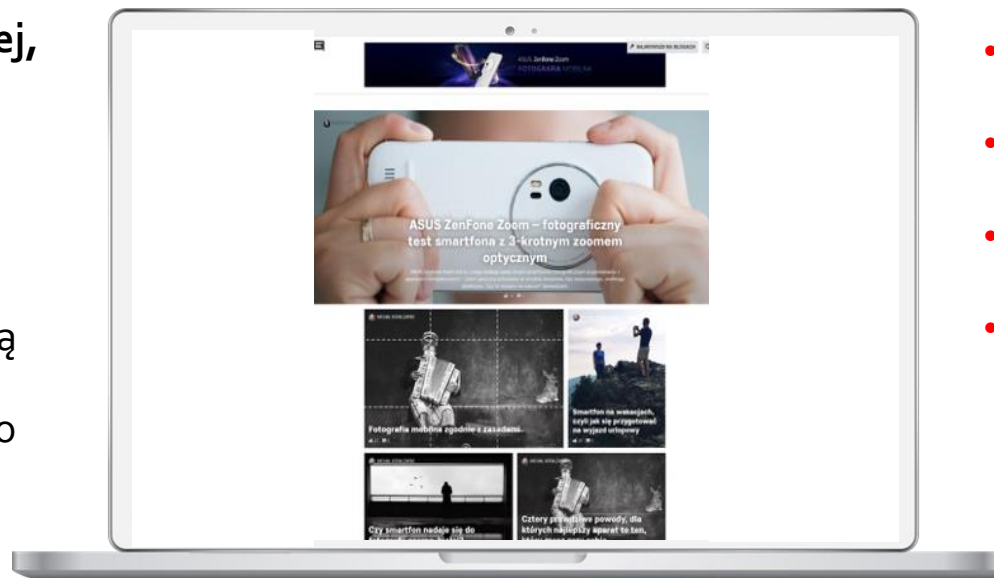
Redakcyjna i natywna
dystrybucja treści

Dedykowane wpisy redakcji
w social media (Facebook,
Instagram)



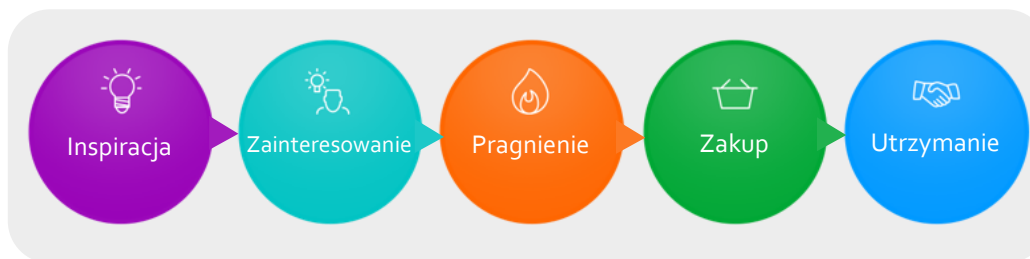
Natywne miejsce ekspozycji wartościowych treści Klienta

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



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

CUSTOMER JOURNEY



Brand Channel – harmonogram wydawniczy



STYCZEŃ	LUTY	MARZEC	KWIECIEŃ	MAJ	CZERWIEC
Speed Tester – porównanie szybkości smartfonów (całoroczny)	Skąd biorą się fałszywe kopie Windows	Edukacyjnie o telewizorach	Relacja z eventu IEM w Katowicach	Google I/O	Wspaniali Polacy – przedstawienie sylwetek
LIPIEC	SIERPIEŃ	WRZESIEŃ	PAŹDZIERNIK	LISTOPAD	GRUDZIEŃ
Cykl „Bezpieczne wakacje”	Zaczynamy komunikację back to school	Targi IFA – można dogadać patronat	Świat aplikacji	Bateria w telefonie, spektrum wiedzy i porad	Zestawy pod choinkę. Jak skomponować właściwy prezent?

Brand Channel



Artykuły natywne
i promocja redakcyjna

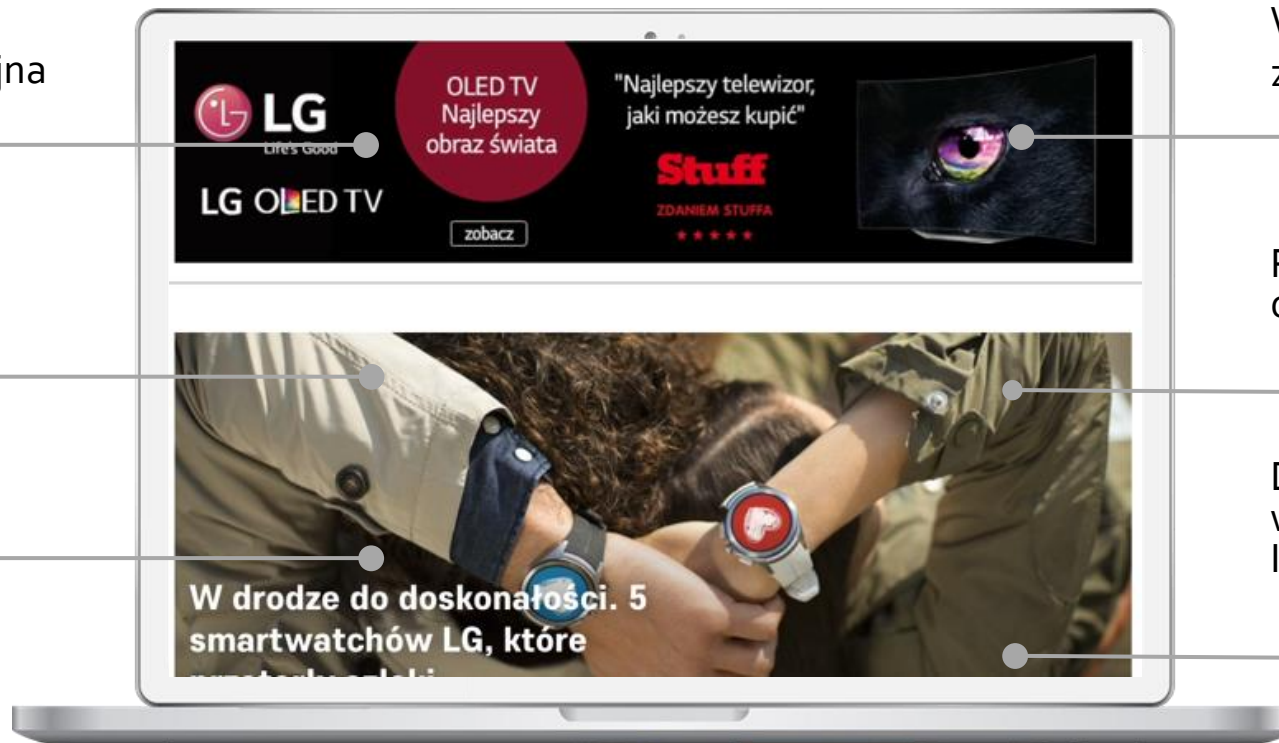
Wizualny branding kanału
z oznaczeniem Klienta

Materiał video
(np. 360 stopni)

Redakcyjna i natywna
dystrybucja treści

Profesjonalne sesje
zdjęciowa

Dedykowane wpisy redakcji
w social media (Facebook,
Instagram)



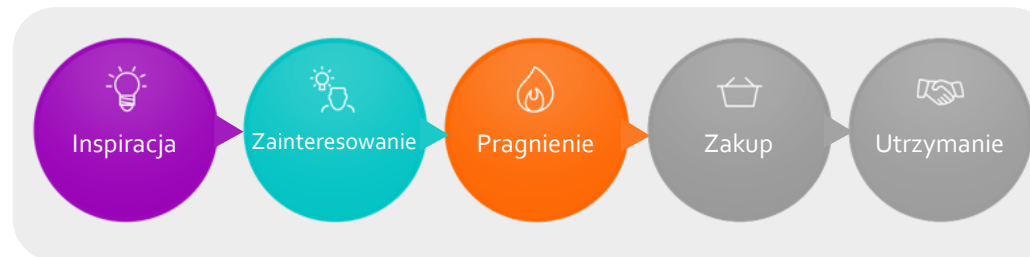
Partnerstwo w natywnym cyklu publikacji

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



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

CUSTOMER JOURNEY

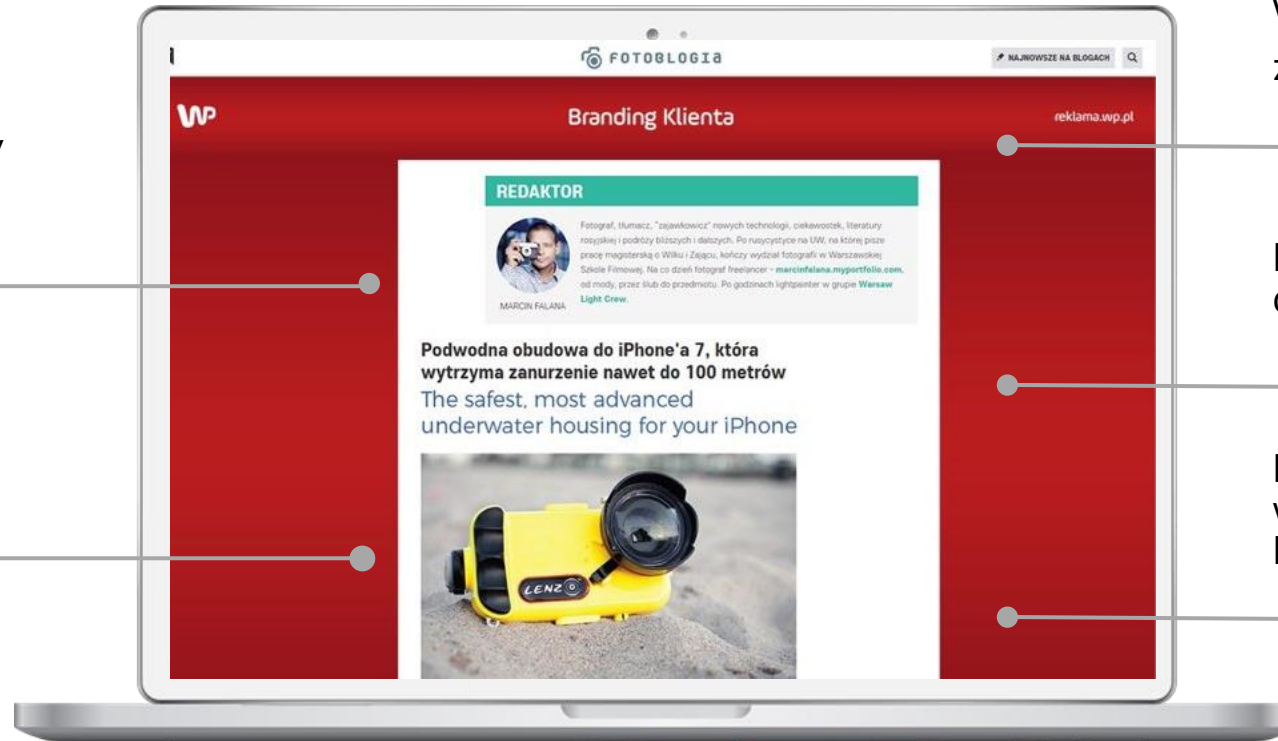


Cykl Redakcyjny



Eksperckie artykuły redakcyjne

Autorskie zdjęcia



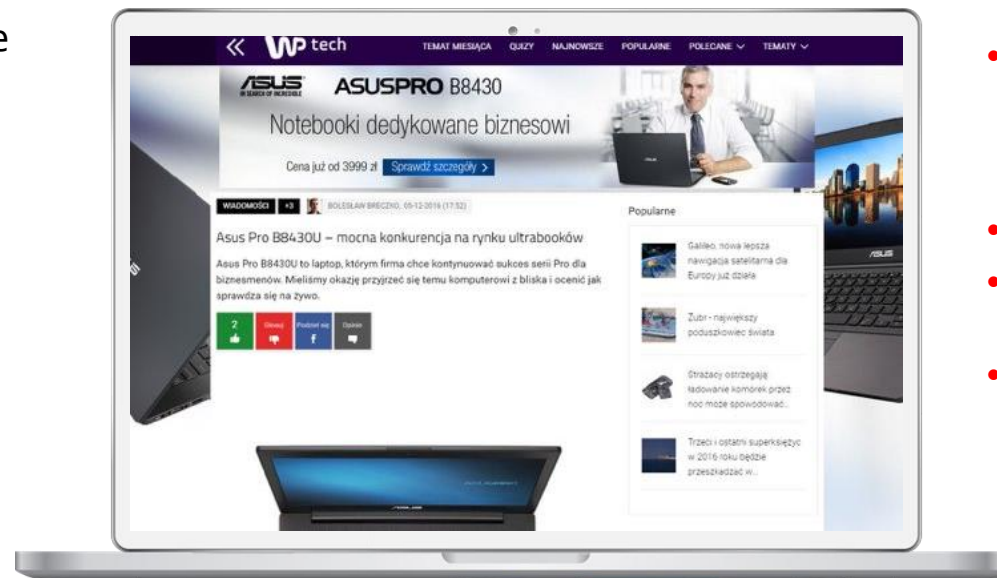
Wizualny branding kanału z oznaczeniem Klienta

Redakcyjna i natywna dystrybucja treści

Dedykowane wpisy redakcji w social media (Facebook, Instagram)

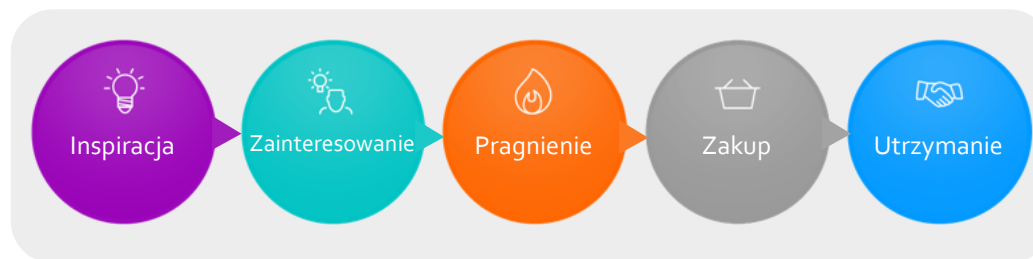
Angażujące treści redakcyjne z partnerstwem Klienta

- 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



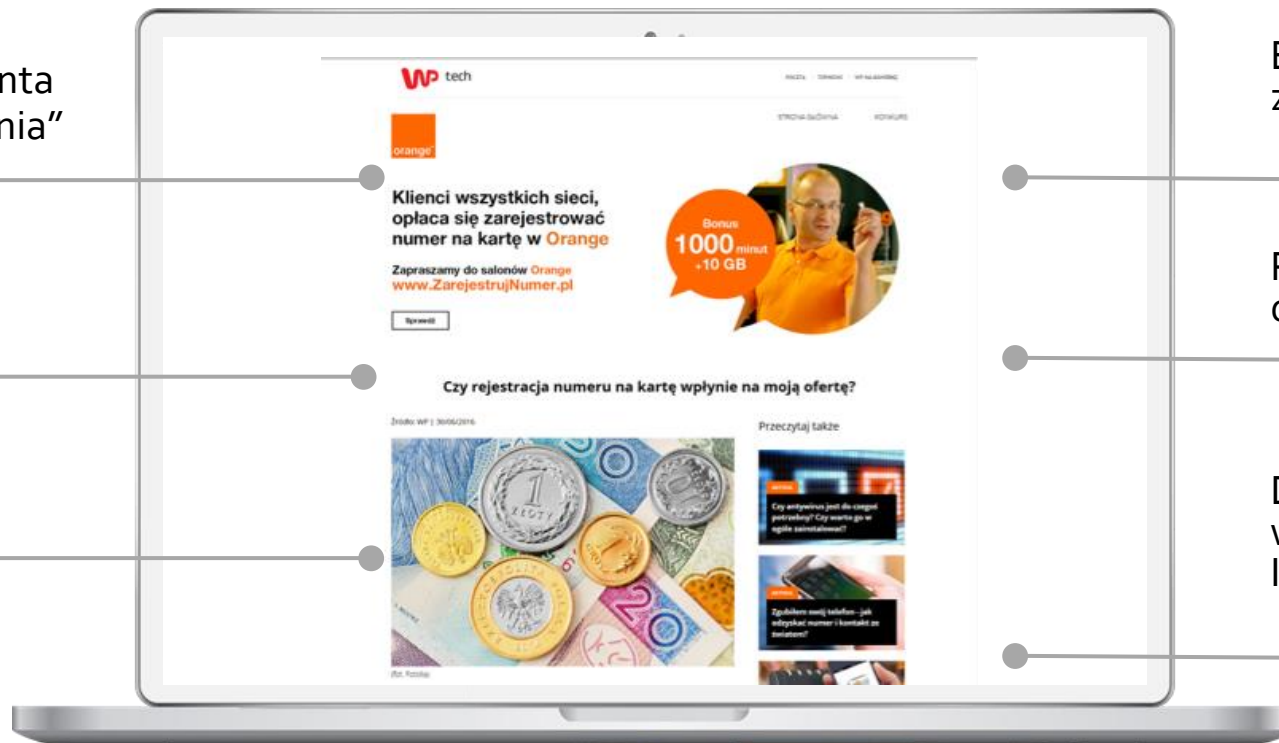
Artykuł Natywny



Artykuł natywny
z oznaczeniem Klienta
jako „partner wydania”

Galeria zdjęć

Wizualny product
placement



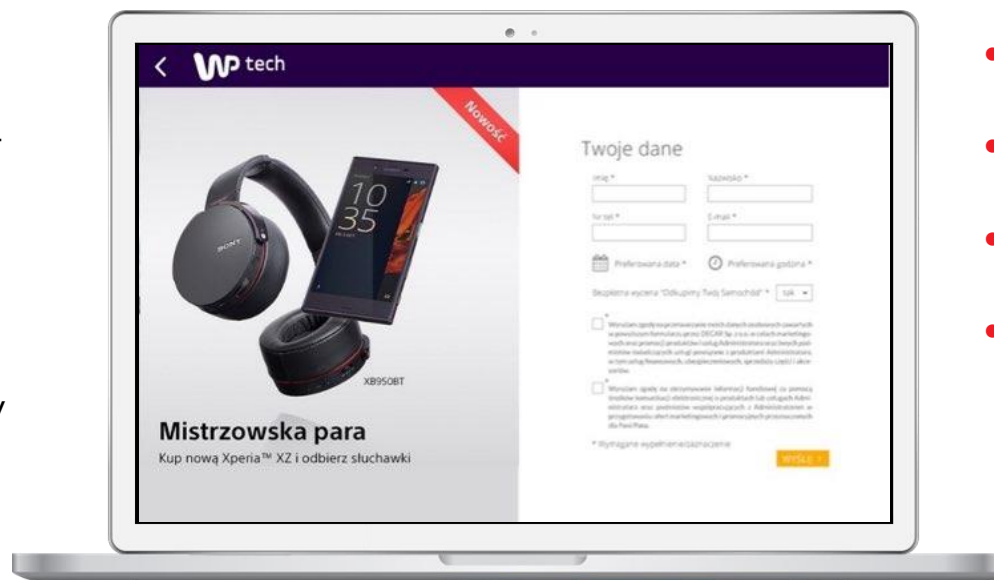
Branding artykułu
z wykorzystaniem 1 url

Redakcyjna i natywna
dystrybucja treści

Dedykowane wpisy redakcji
w social media (Facebook,
Instagram)

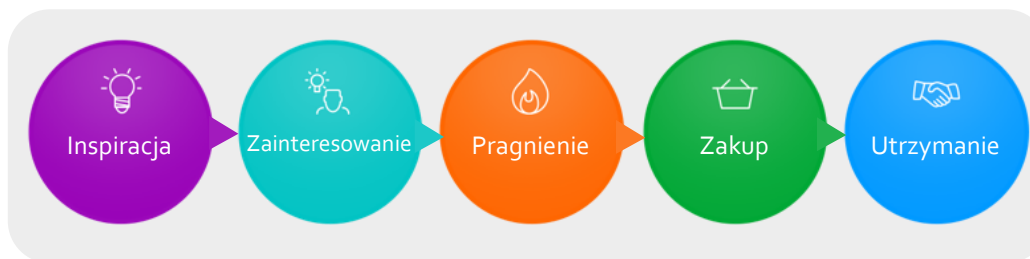
Interaktywny storytelling Klienta

- **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

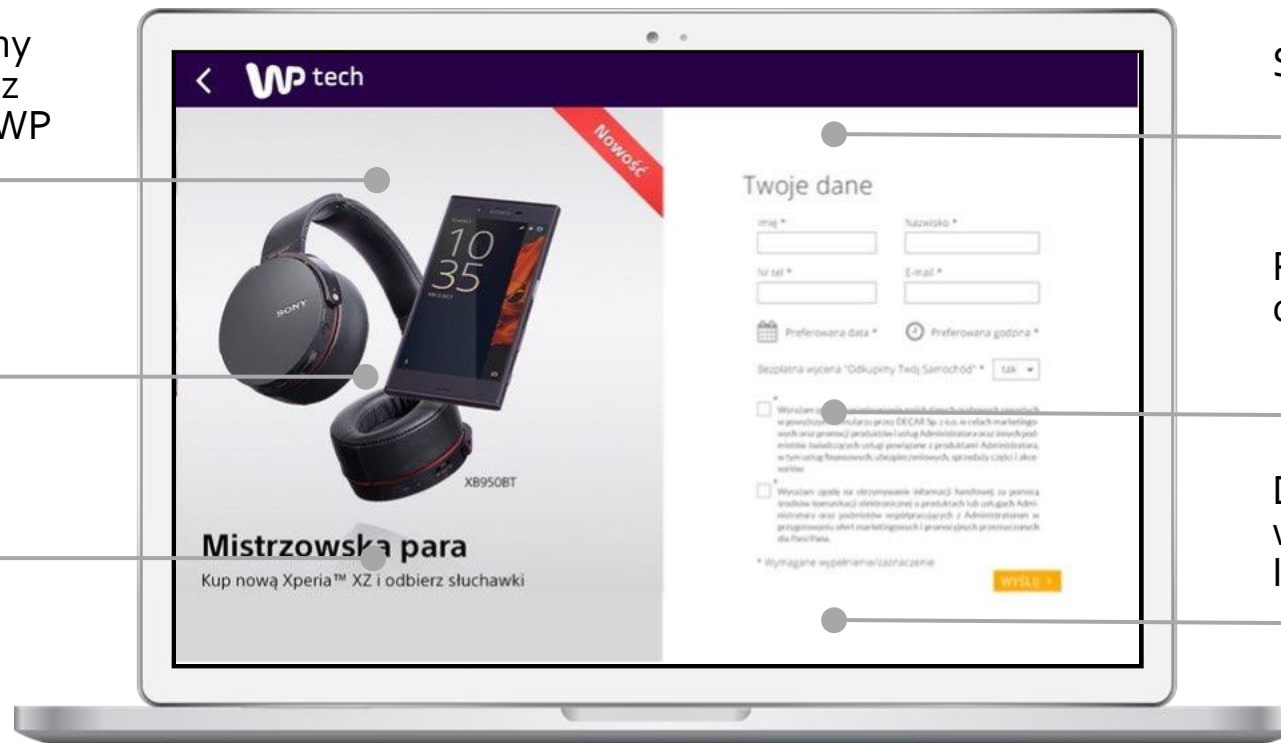
Galeria zdjęć

Formularz
kontaktowy

Sonda redakcyjna

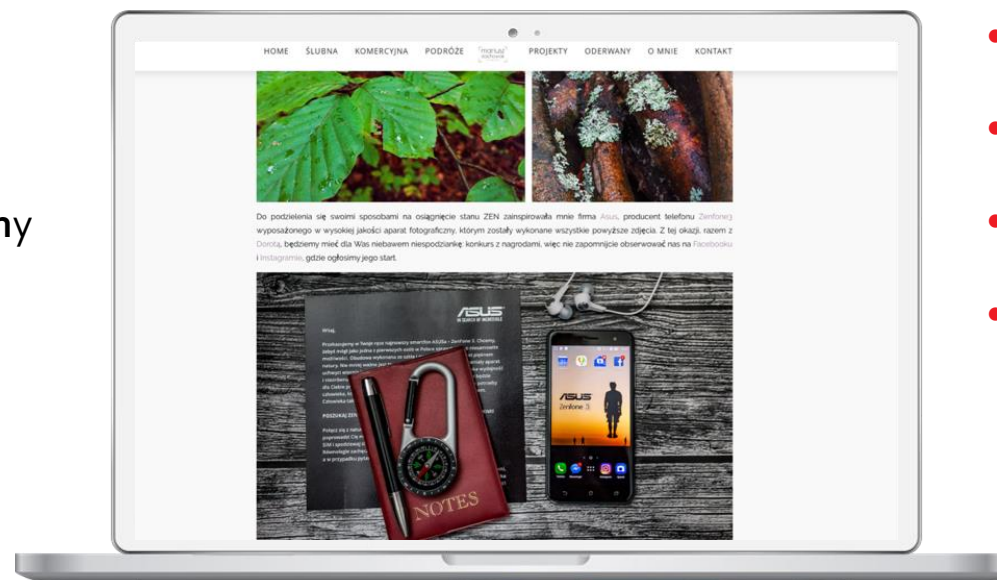
Redakcyjna i natywna
dystrybucja treści

Dedykowane wpisy redakcji
w social media (Facebook,
Instagram)



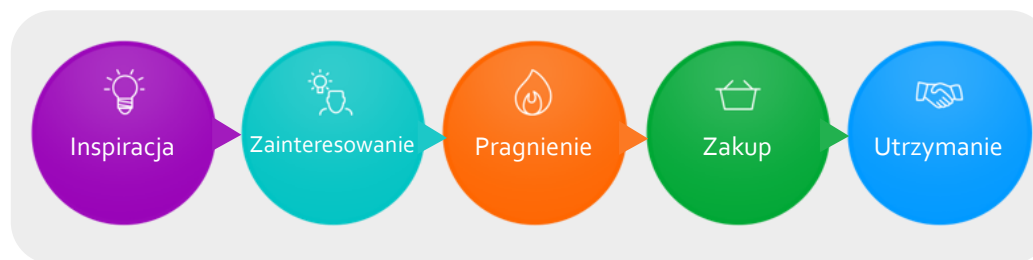
Autorskie treści tworzone przez influencerów

- 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

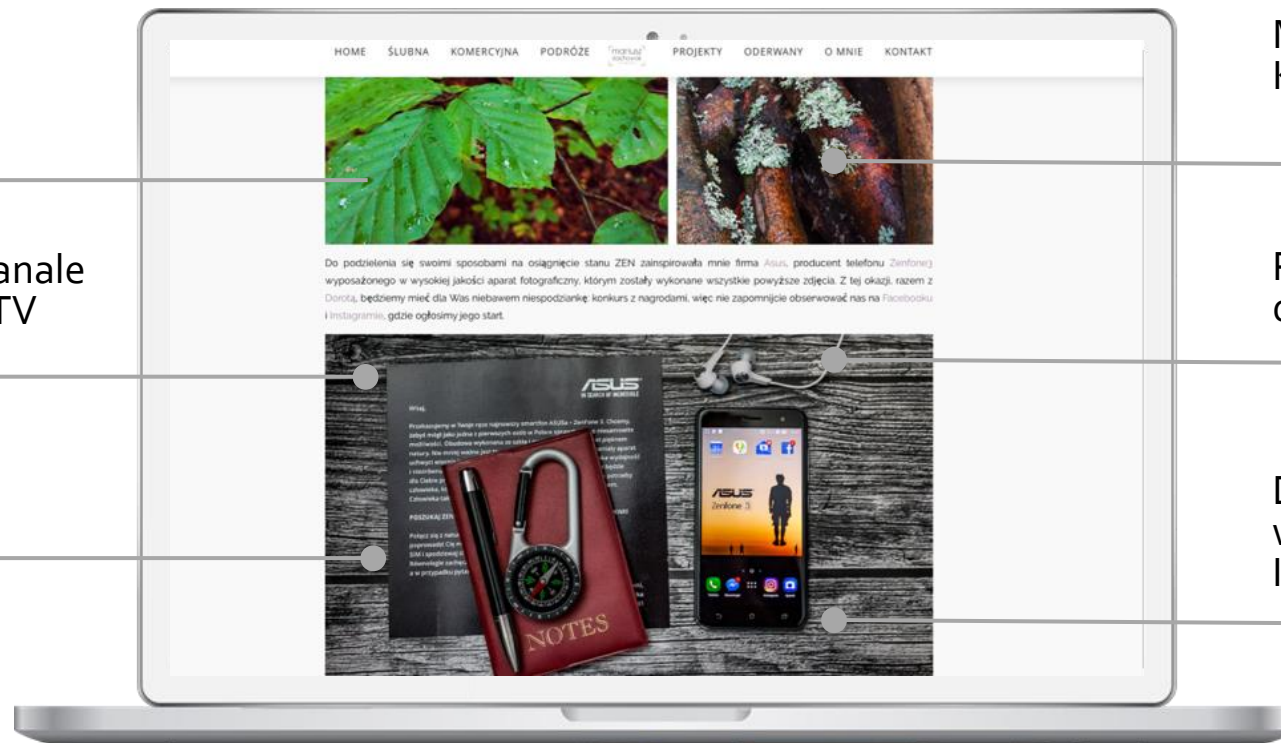
Materiał video
opublikowany na kanale
YouTube oraz WP.TV

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



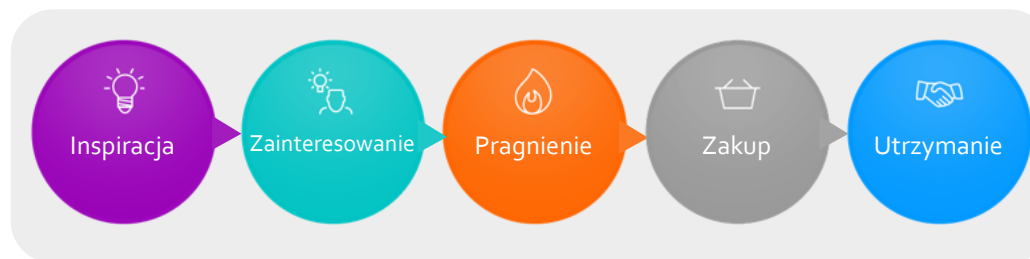
Oryginalne materiały video tworzone przez redakcję GWP

- **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

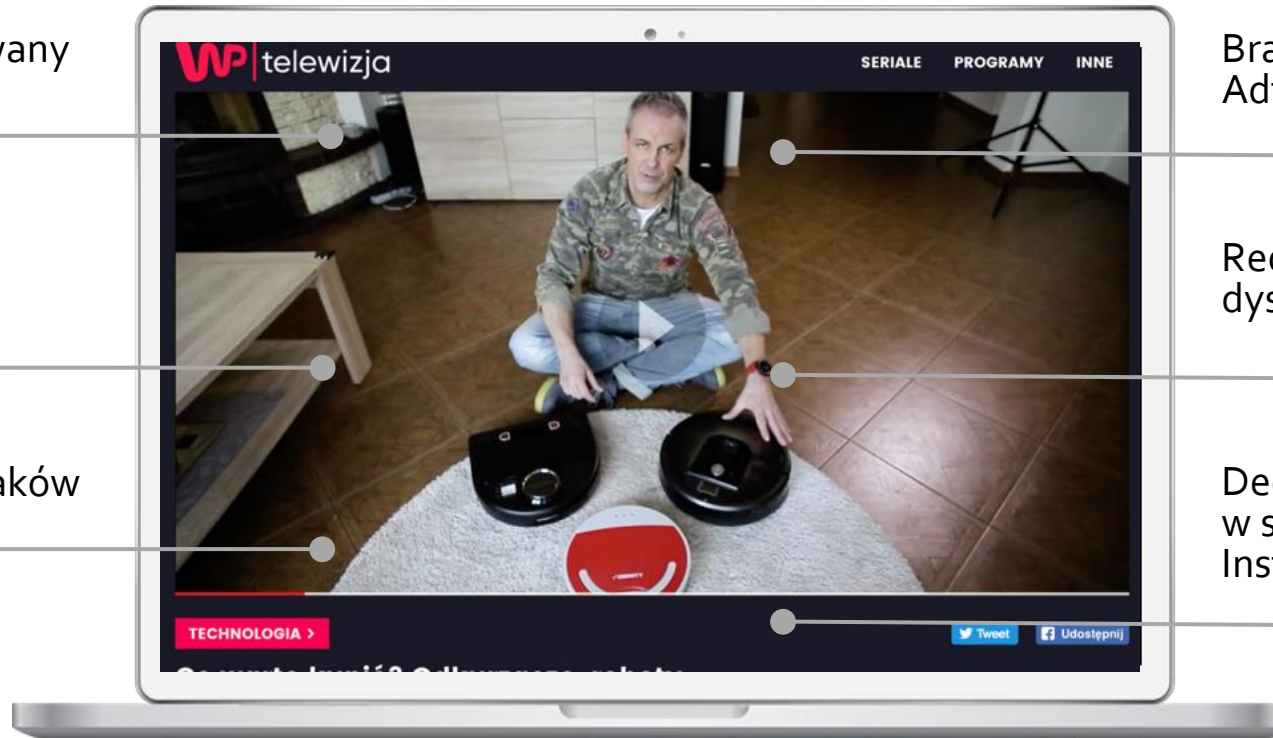
Product placement w materiale

Artykuł promujący o długości do 1000 znaków

Branding treści: Adskin / Adframe

Redakcyjna i natywna dystrybucja treści

Dedykowane wpisy redakcji w social media (Facebook, Instagram)



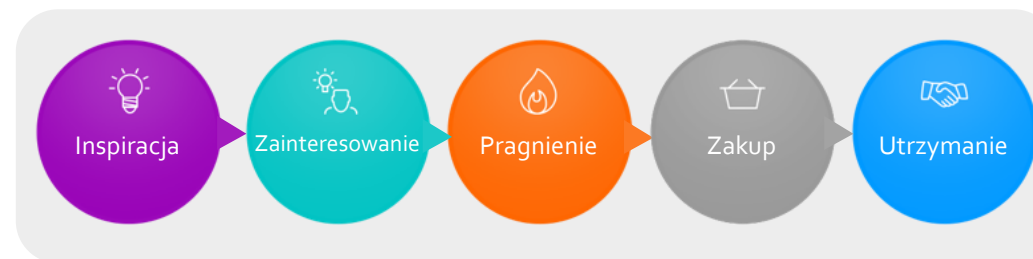
Video storytelling w postaci serii i programów

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



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

CUSTOMER JOURNEY



Original Series



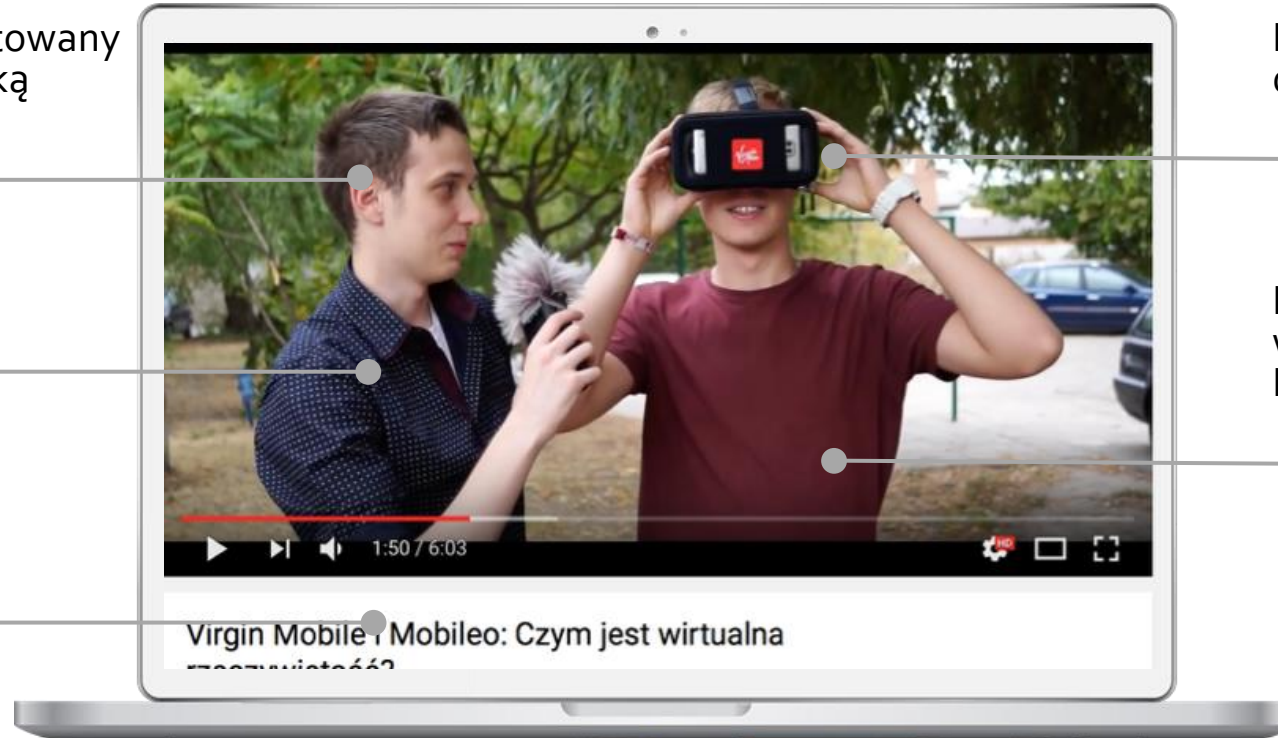
Materiał video emitowany z planszą sponsorską

Redakcyjna i natywna dystrybucja treści

Natywny product placement

Dedykowane wpisy redakcji w social media (Facebook, Instagram)

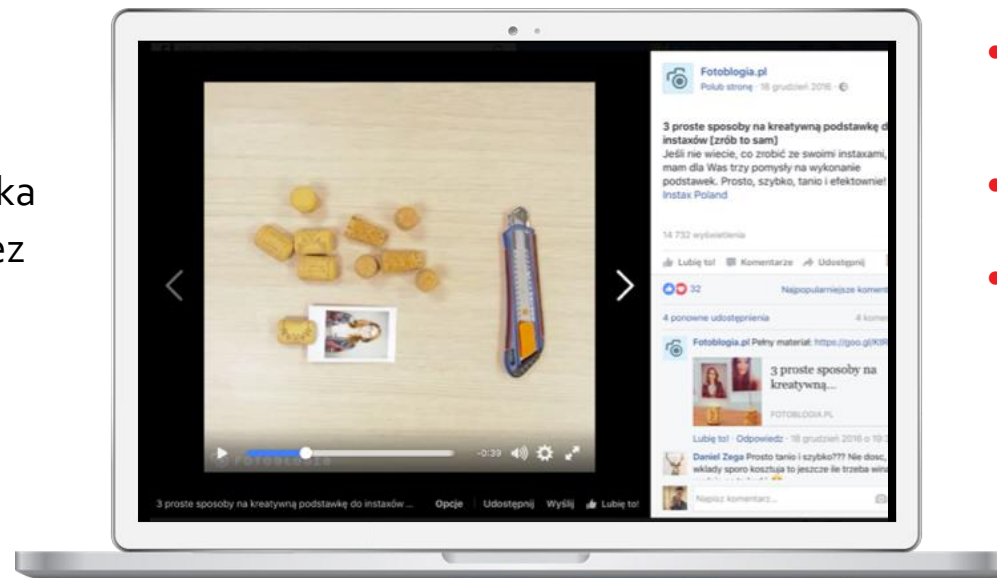
Współpraca z ambasadorem / ekspertem marki*



* Do potwierdzenia na etapie zapytania Klienta

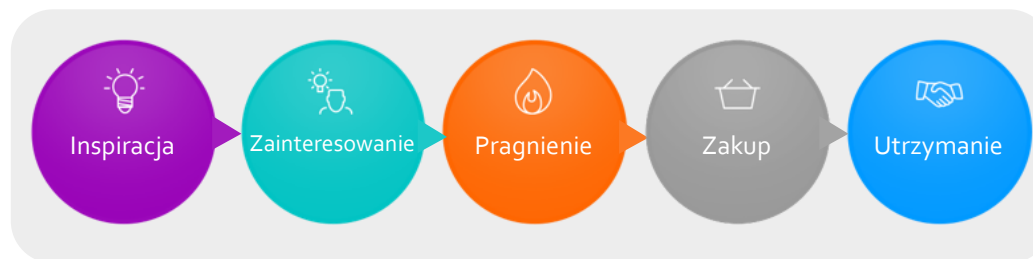
Dedykowana realizacja video z przeznaczeniem do mediów społecznościowych

- **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

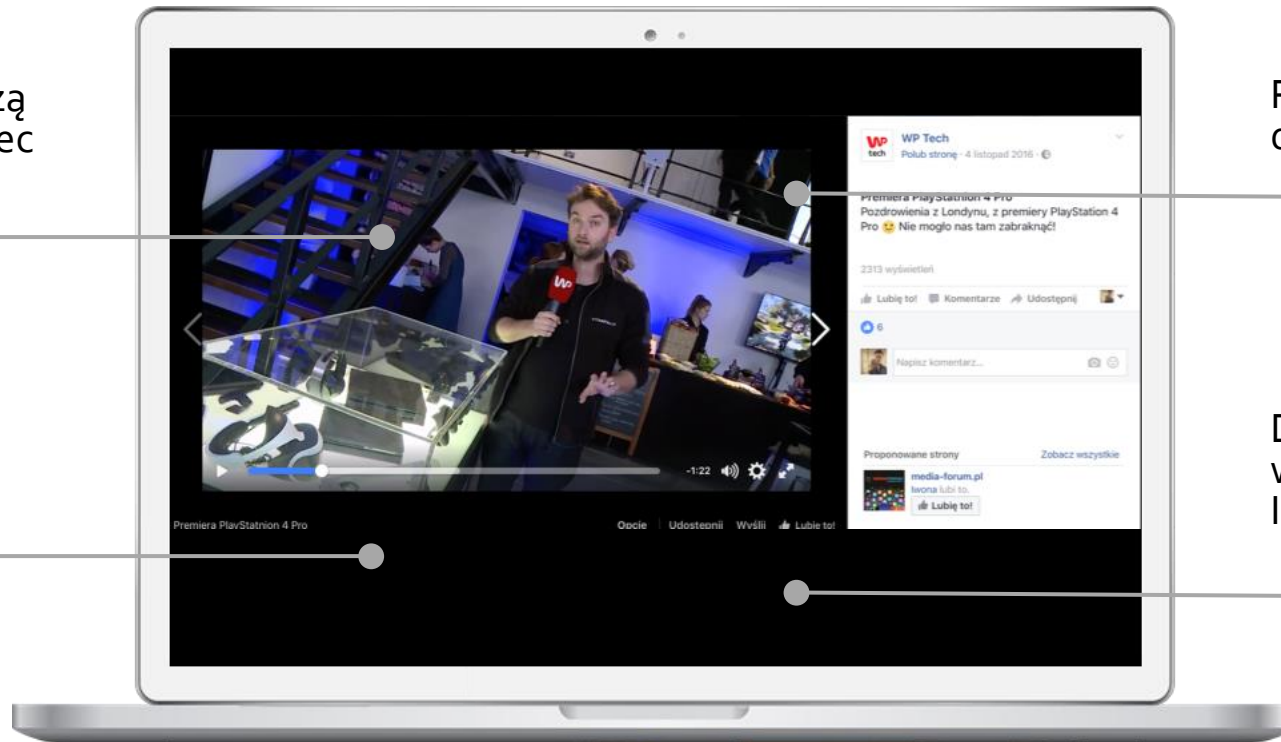


Materiał video
emitowany z planszą
sponsorską na koniec
materiału

Natywny product
placement / idea
placement

Redakcyjna i natywna
dystrybucja treści

Dedykowane wpisy redakcji
w social media (Facebook,
Instagram)

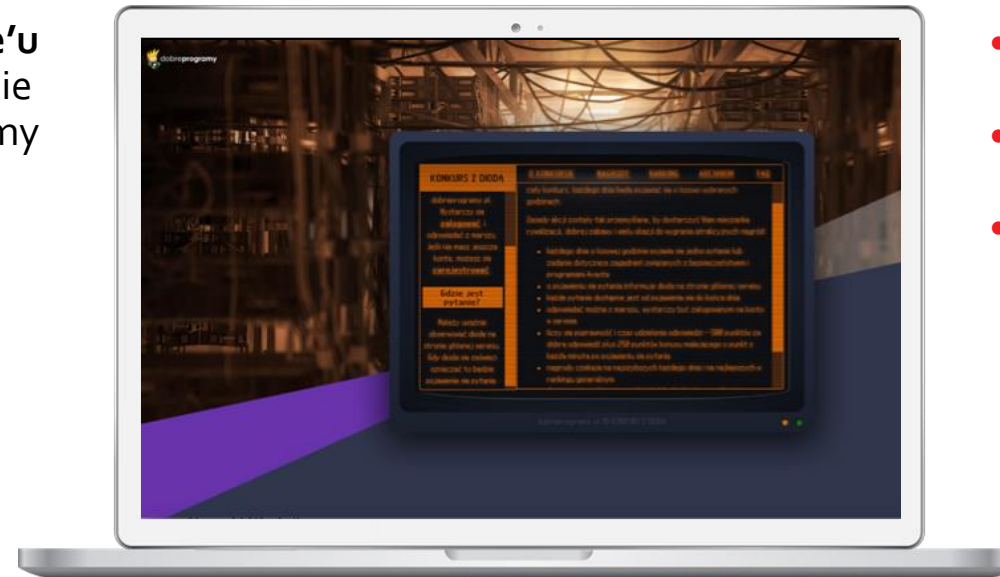


Konkurs z elementami grywalizacji



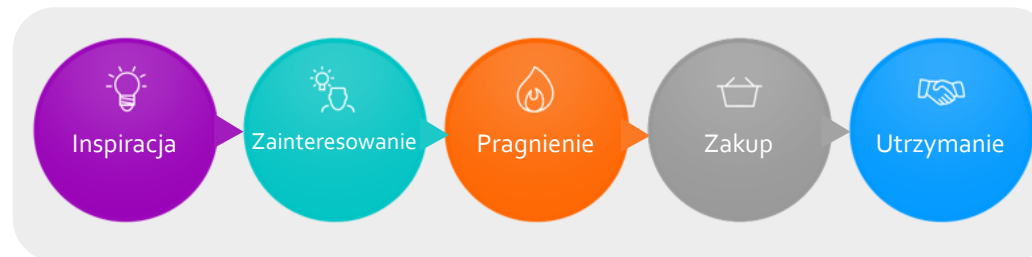
Rozrywkowa forma angażowania społeczności

- Możliwość **stworzenia mikrosite'u** do osadzenia w dowolnej domenie w ramach serwisu Dobre programy
- Dedykowany **moduł do pytań**
- Możliwość zmiany „karnacji” serwisu
- Stworzenie dedykowanego **rankingu z odpowiedziami użytkowników**



- Zwiększona interakcja z użytkownikami
- **Pozycjonowani Klienta w natywny sposób (większa akceptowalność)**
- Obecność Klienta w najlepszych mediach premium

CUSTOMER JOURNEY



Reklama Natywna



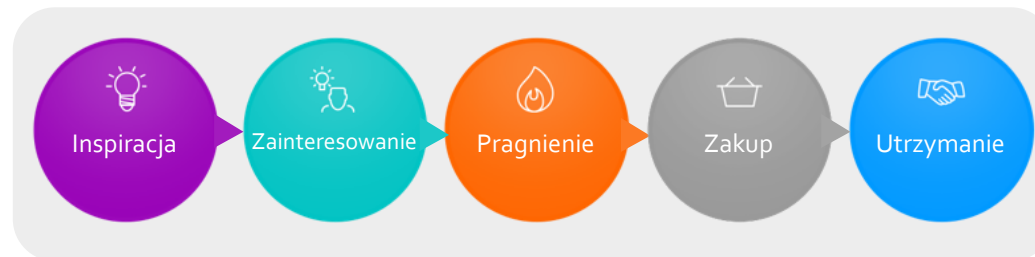
Angażująca kreacja z emisją multiscreeningową

- 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

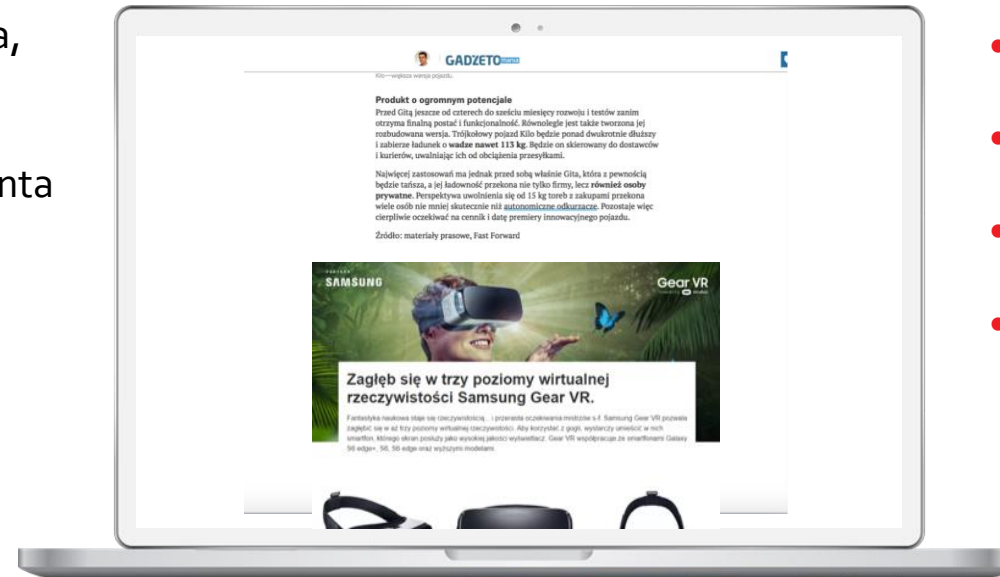
CUSTOMER JOURNEY





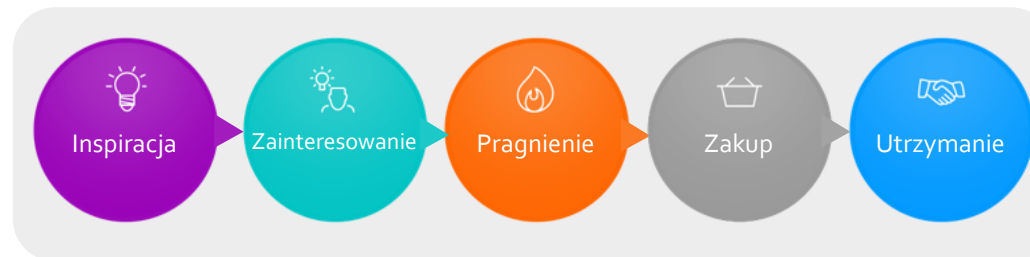
Artykuł interaktywny z emisją below the post

- **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

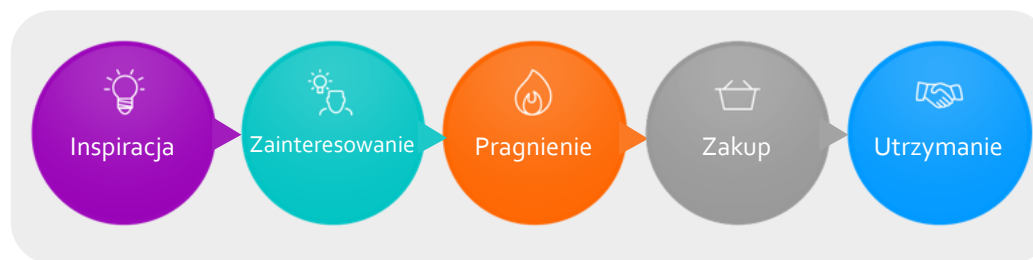
Interakcja z użytkownikiem z poziomu rozrywkowej treści

- **Interaktywne rozwiązania natywne**, przygotowane w technologii RWD
- Emitowany jest ze slotów reklamowych **w treści artykułów**
- **3 rodzaje quizów** do wyboru: wiedzy, zdjęciowy i profilowany
- Obowiązują **3 możliwości rozwiązania**: wiedzy 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 wiedzy, profilowany, zdjęciowy
- Silnie **wzmacnianie świadomości marki** poprzez angażujące formy komunikacji

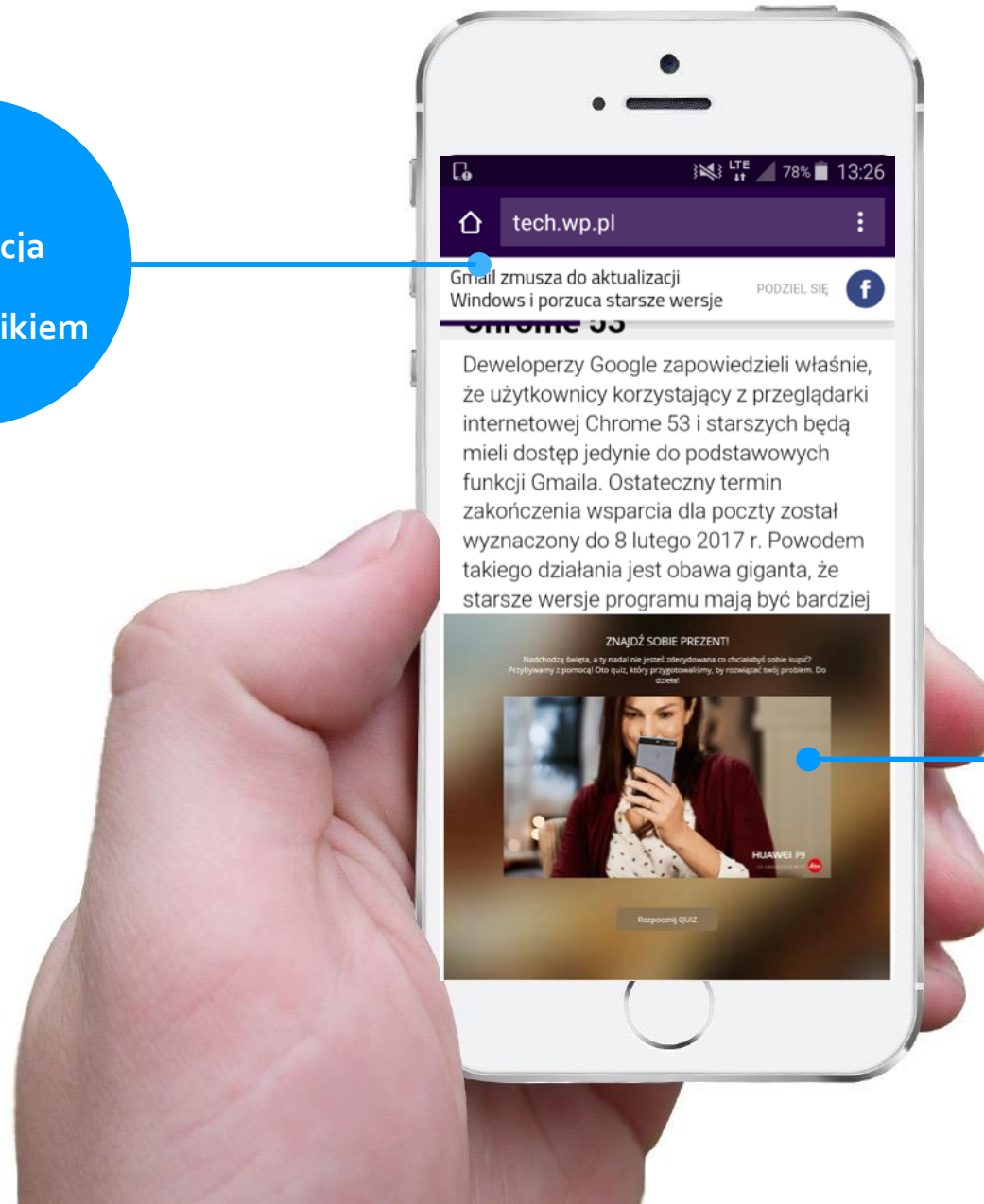
CUSTOMER JOURNEY



Quizy – przykład



Interakcja
z
użytkownikiem



Rozrywkowa
forma

Premium Display & Video



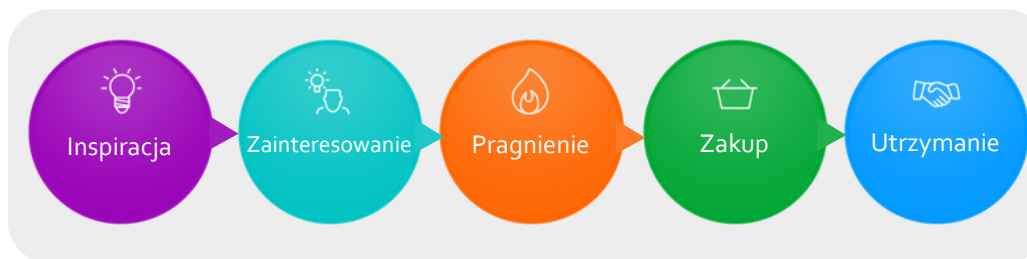
Widoczna kreacja zapewniająca spójność komunikacji

- Nowy **wieloekranowy** sposób emisji
- Obecność reklamy przy **najlepszych treściach** z tematyki Klienta
- Pozytywny wpływ na **budowę i wzmocnienie** wizerunku Klienta
- Gwarancja **widoczności i spójności** przekazu



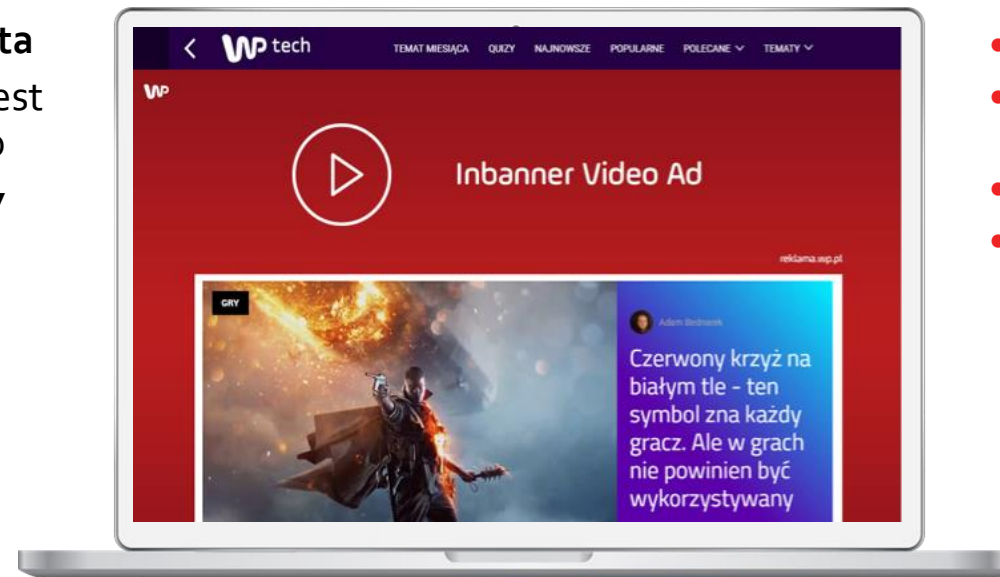
- **Zauważalny przekaz** reklamowy
- Dotarcie do użytkowników na **każdej płaszczyźnie** komunikacji (desktop & mobile)
- **Budowanie świadomości** Klienta
- Idealny format reklamowy w **kampaniach wizerunkowych**

CUSTOMER JOURNEY



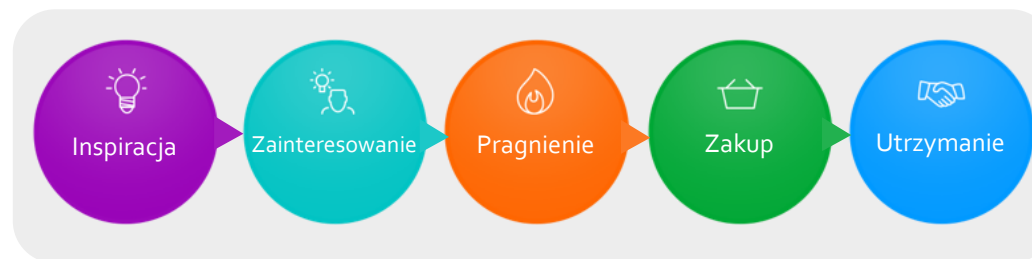
Ekspozycja materiału wideo Klienta w atrakcyjny sposób

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



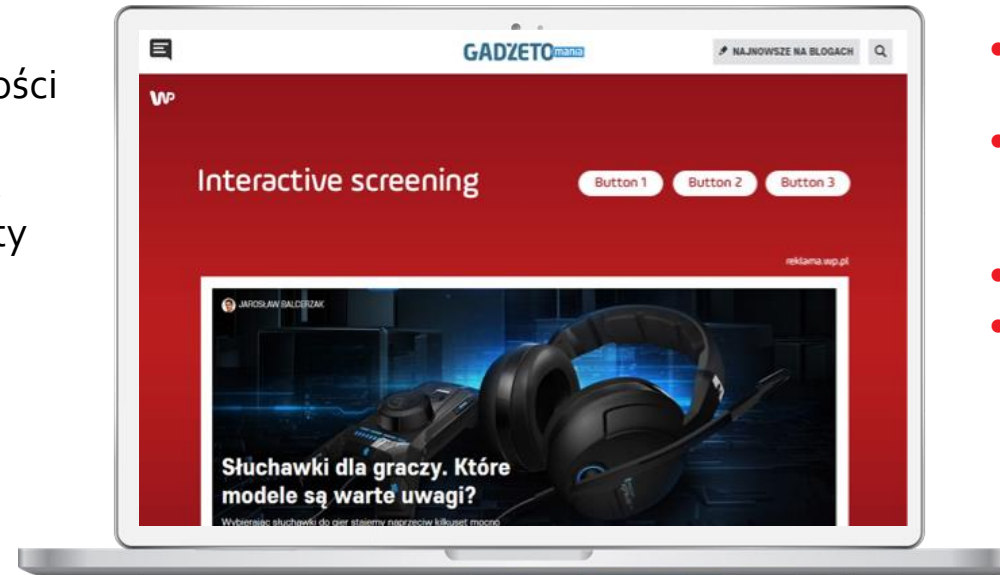
- **Zauważalny przekaz** reklamowy
- Ekspozycja materiałów video Klienta
- **Budowanie świadomości** marki
- Idealny format reklamowy w **kampaniach wizerunkowych**

CUSTOMER JOURNEY



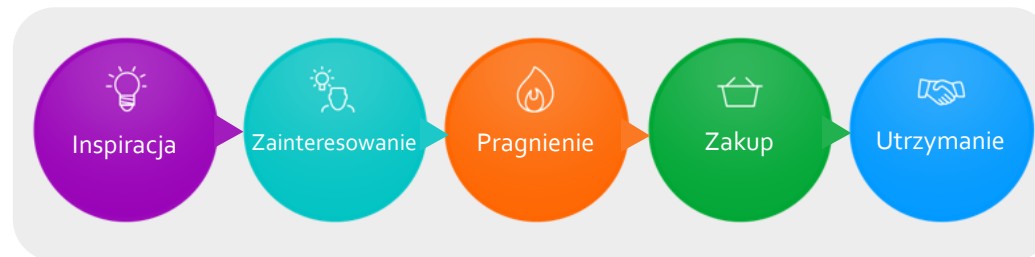
Dynamiczna kreacja prezentująca właściwości produktu Klienta

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



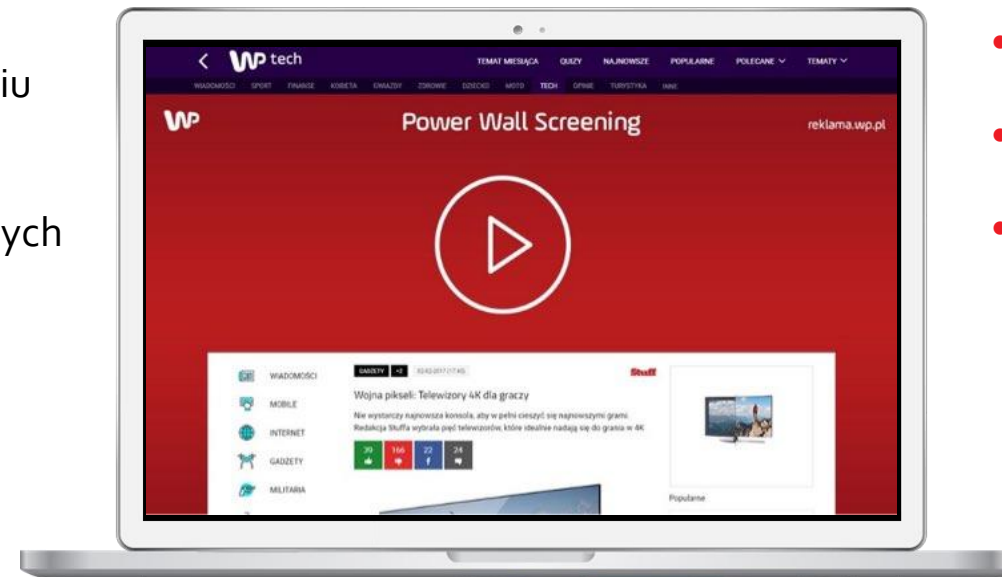
- Interaktywna forma zwiększa zaangażowanie
- Dotarcie do użytkowników na **każdej płaszczyźnie** komunikacji (desktop & mobile)
- **Budowanie świadomości** Klienta
- Idealny format reklamowy w **kampaniach wizerunkowych**

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**



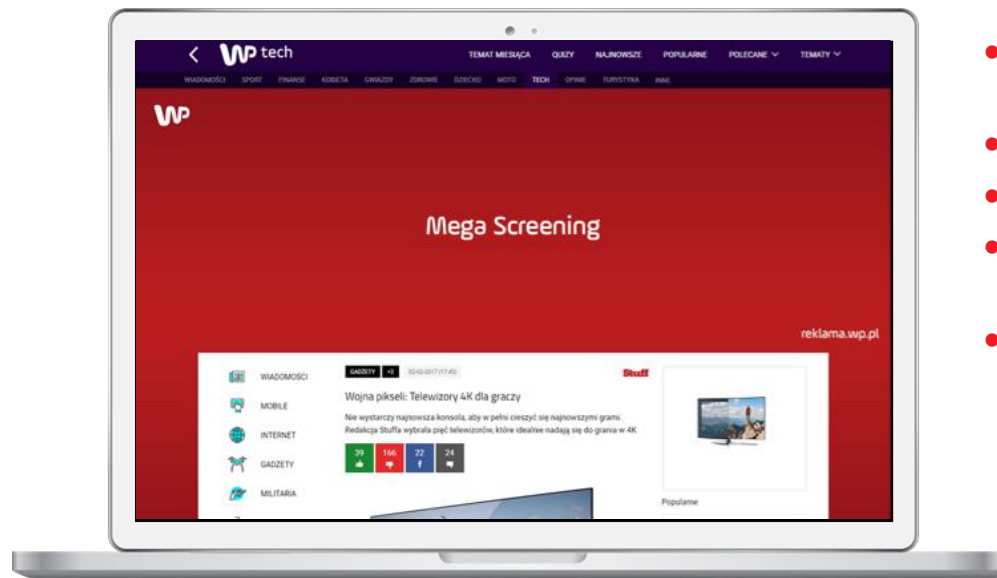
- Skuteczność kreacji – pełna **widoczność dla odbiorców**
- Ekspozycja materiałów **video Klienta**
- **Konwersja ruchu** na strony Klienta

CUSTOMER JOURNEY



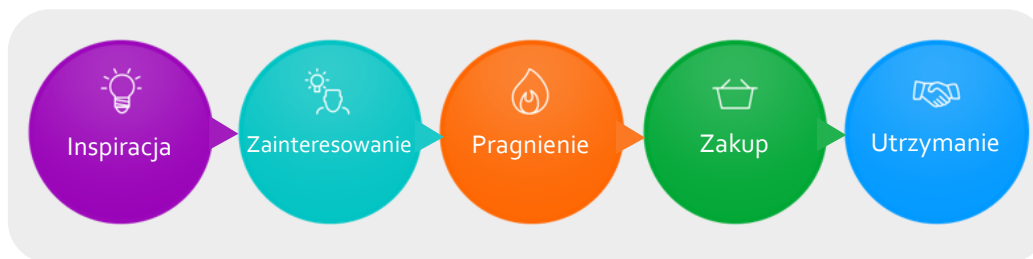
Widoczna powierzchnia reklamowa o szerokim zasięgu

- **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



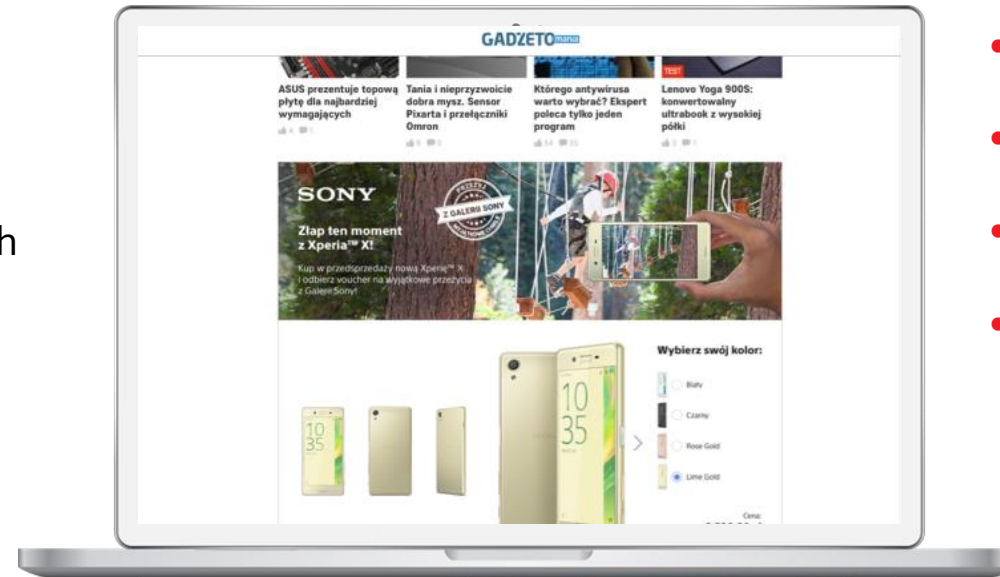
- **Pełna widoczność** Klienta oraz duża interakcja z kreacją
- Zwiększona konwersja ruchu
- **Premium ekspozycja** w serwisie
- CTR-y kreacji **nawet do 5,5%** (minimum 1,2%)
- Engagement w kreacji **nawet do 10%**

CUSTOMER JOURNEY



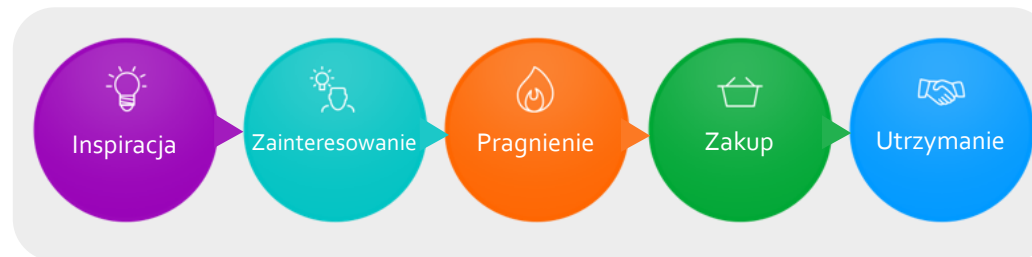
Format premium w emisji instream

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



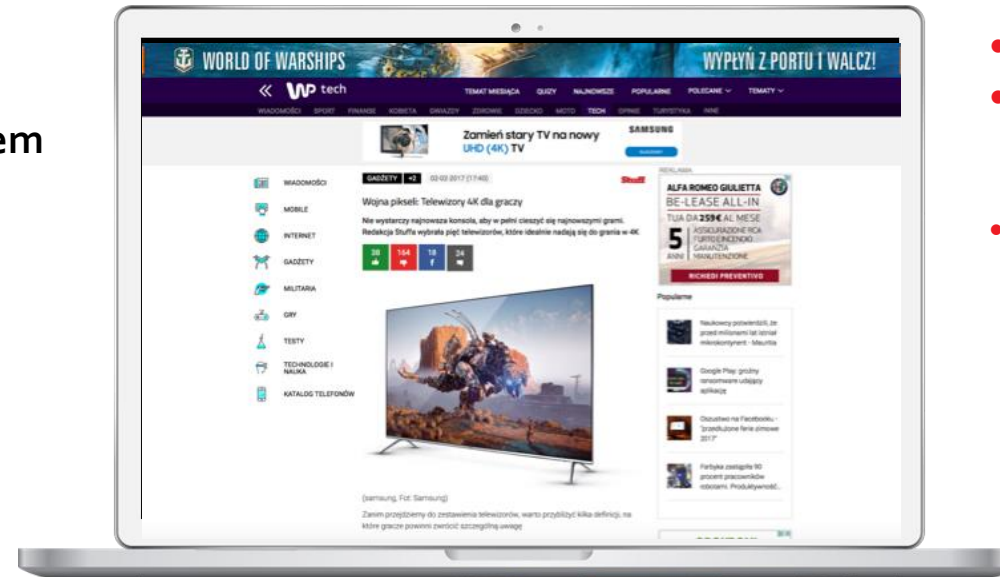
- Skuteczne dotarcie i **zaangażowanie** odbiorców
- **Wysoki wpływ** na budowę świadomości Klienta
- Dopasowanie do kampanii **wizerunkowych i promocyjnych**
- **Nieinwazyjny** przekaz reklamowy

CUSTOMER JOURNEY



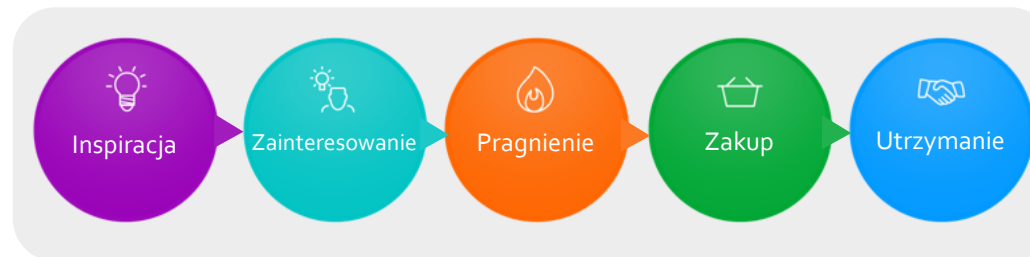
Zasięgowa kreacja pozwalająca na konwersję ruchu

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



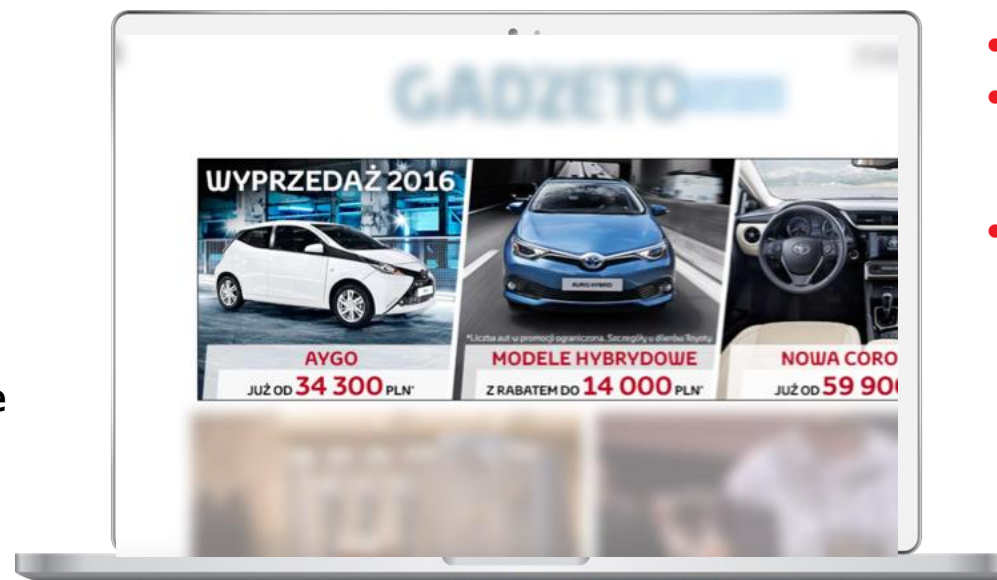
- Zwiększona **widoczność Klienta**
- Wyższe **wyniki CTR** – efektywniejsze dotarcie do odbiorców marki
- **Duży zasięg** dotarcia z przekazem reklamowym Klienta w najlepiej dobranym kontekście

CUSTOMER JOURNEY



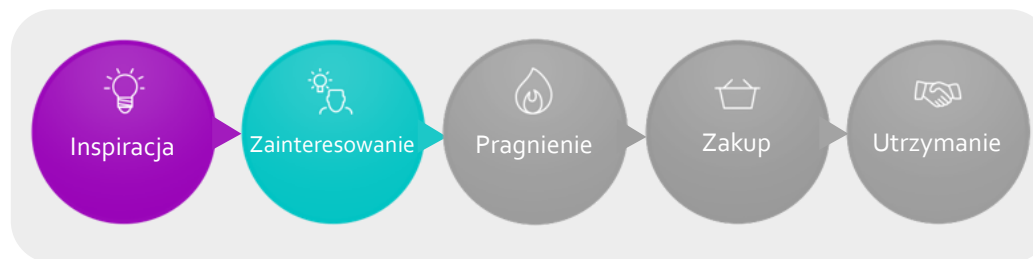
Zauważalny format zwiększający interakcję z użytkownikami

- **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



Sponsoring Serwisu z symulatorem produktu



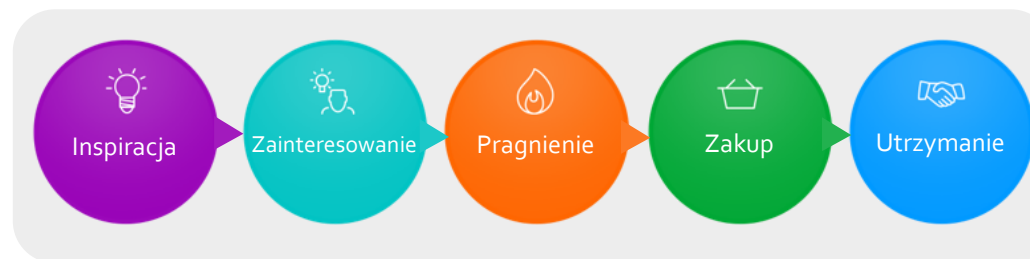
Angażująca, interaktywna kreacja Premium Display

- **Rozszerzony Screening** z możliwością ekspozycji produktu Klienta w kreacji
- Kreacja przygotowywana przez redakcję
- **Nietuzinkowy wygląd** wywołuje zainteresowanie użytkowników



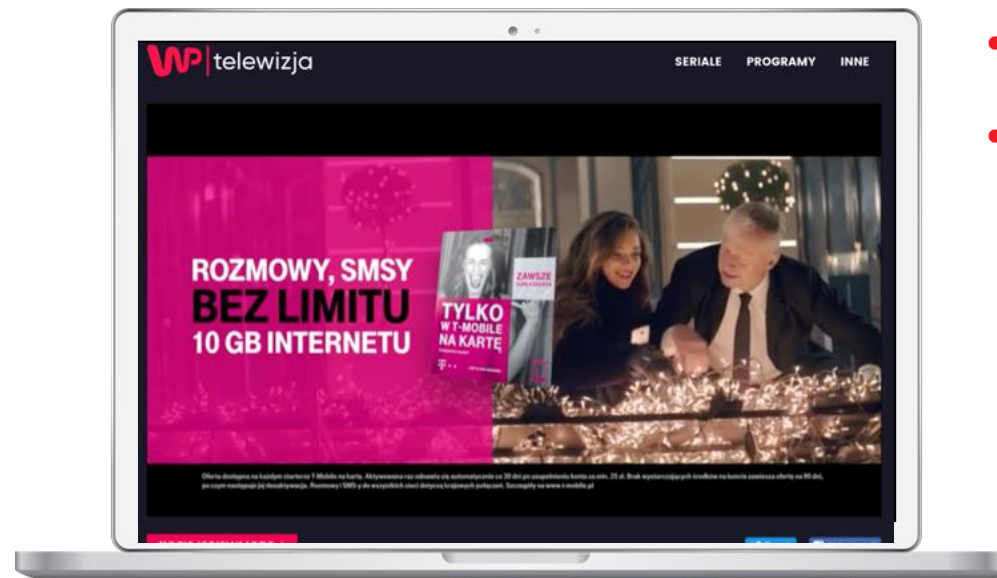
- **Zwiększona interakcja** z odbiorcą
- Zbudowanie **zaangażowania**, przyciągnięcie uwagi do komunikatu
- Premium **ekspozycja** Klienta

CUSTOMER JOURNEY



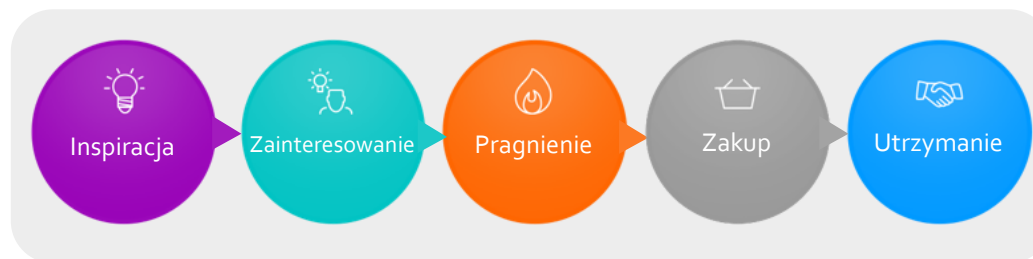
Emisja przy formatach video GWP

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



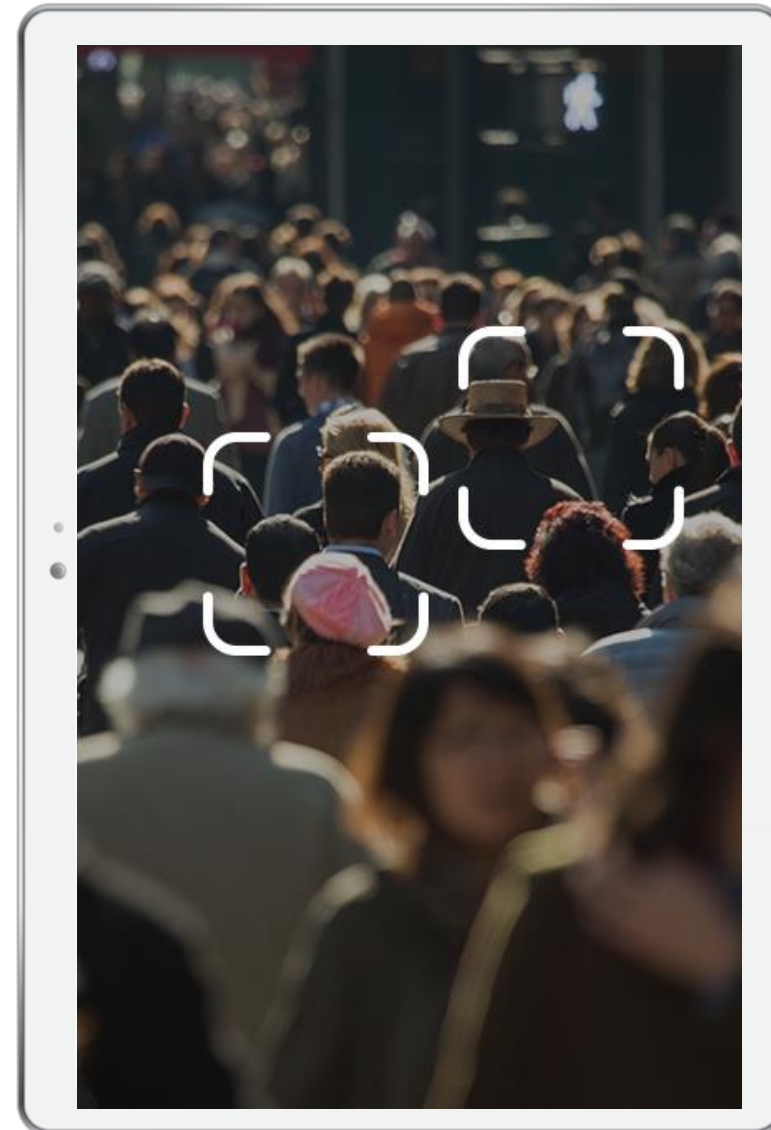
- **Wizerunkowa obecność** przy atrakcyjnych treściach video
- **Szerokie dotarcie** w poszczególnych grupach docelowych

CUSTOMER JOURNEY



Mailing z targetowaniem

- 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 w obszarze technologii
- 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)





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



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



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



Premium materiały 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 świat nowych technologii 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. Zwielokrotnianie lub/i rozpowszechnianie lub/i inne wykorzystywanie niniejszego dokumentu lub jakiegokolwiek jego części, bez względu na sposób lub formę tego zwielokrotnienia 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.”

