

# SERWISY TECHNOLOGICZNE WIRTUALNEJ POLSKI Przewodnik



tech



gadżetomania


dobreprogramy



fotoblogia

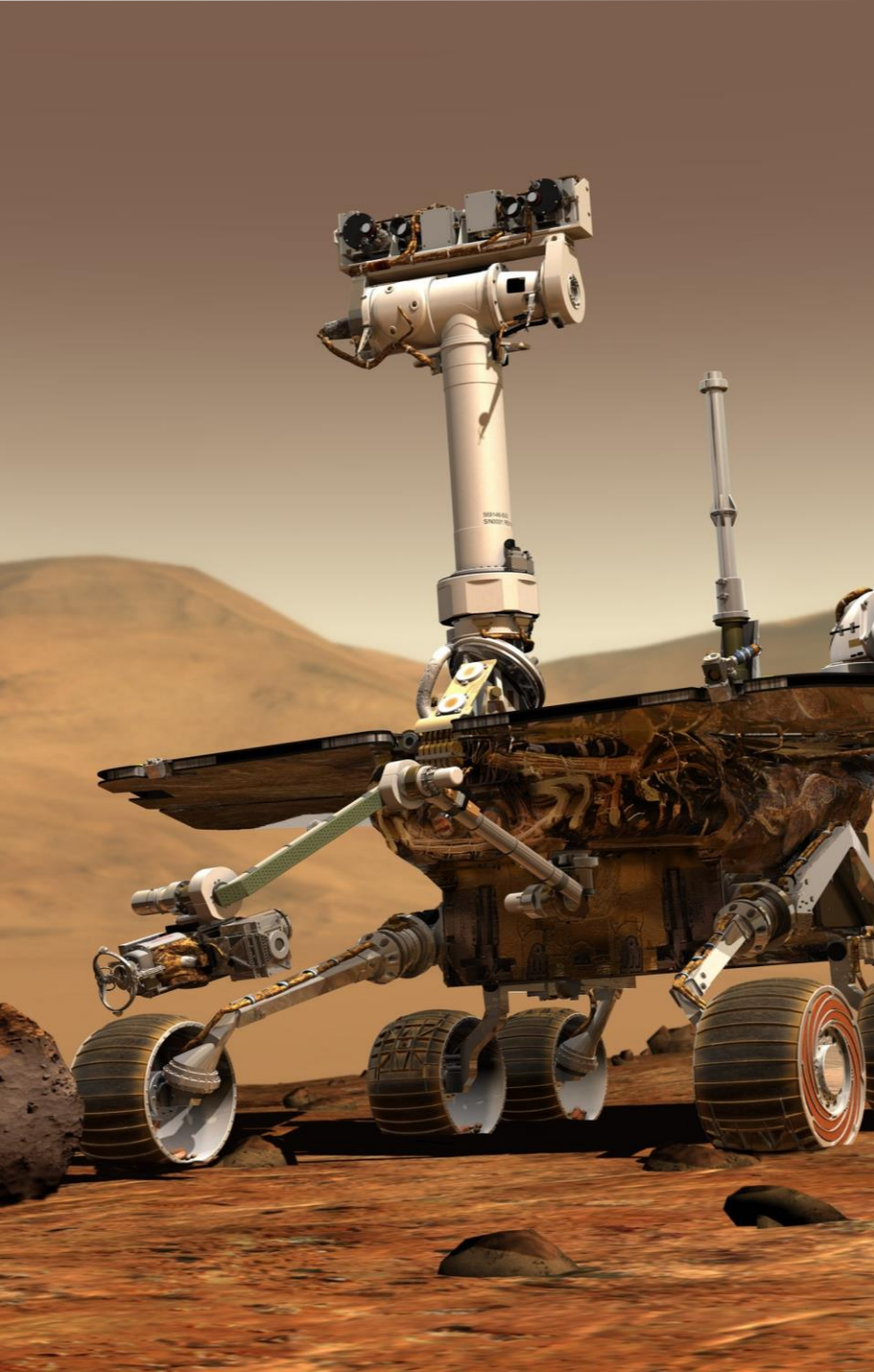


komórkomania

 Polygama.pl

# Znajomość nowych technologii to obecnie konieczność

- | Pandemia koronawirusa przyspieszyła cyfryzację w wielu elementach naszego życia na poziomie jednostek i całego społeczeństwa. **Wg różnych szacunków cyfryzacja w ciągu ostatniego roku rozwija się od 5 do 10 razy szybciej.** Ma to realne przełożenie na nasze codzienne życie i świadomość tempa zachodzących zmian. Wg danych z Ministerstwa Cyfryzacji, z profilu zaufanego korzysta już **7 mln** Polaków, a w całym poprzednim roku ponad **20 milionów** osób zrobiło zakupy przez Internet.
- | Jednocześnie z fascynacją obserwujemy rozwój techniki – niebywałą popularnością cieszyło się **lądowanie sondy Perseverance na powierzchni Marsa** w lutym tego roku. Wydarzenie na żywo śledziło miliony osób, transmitowały je również nasze rodzime stacje telewizyjne. **Zainteresowanie tematyką przekłada się również na wyniki badań 97% Polaków uważa, że nowe technologie są potrzebne.\***



# Rośnie świadomość roli, którą odgrywa dziś technologia



- | Z roku na rok zmniejsza się grupa osób twierdzących, że technologia kreuje sztuczny, obcy człowiekowi świat. Jak pokazuje raport Fundacji Digital Poland i IQS, razem z rosnącą świadomością społeczną dotyczącą roli technologii we współczesnym świecie, obecny jest również sceptycyzm wobec kierunku tego rozwoju – **53% osób boi się, że rozwój robotyki i sztucznej inteligencji spowoduje utratę miejsca pracy.**
- | Wiele emocji i nieprawdziwych informacji pojawiało się przy rozwoju sieci 5G w Polsce. Paradoksalnie, objawiający się sceptycyzm wobec tej technologii jest uwarunkowany rozwojem innej gałęzi cyfrowego rozwoju – **mediów społecznościowych**. Stąd niezmiernie ważnym punktem odniesienia stają się rzetelne serwisy technologiczne, będące dziś liderami opinii.

**31%** Polaków

skorzystałoby z pomocy robotów w opiece nad osobami starszymi

**68%** twierdzi, że

nowe technologie pomagają zmniejszyć nierówności rozwojowe pomiędzy dużymi miastami a wsiami i małymi miastami

# Nowe grupy odbiorców



- | **Przedsiębiorcy, uczniowie i studenci, e-pacjenci** – te wszystkie grupy potrzebują sprawdzonej informacji opartej na aktualnym stanie wiedzy. W gąszczu powielanych fake newsów i niesprawdzonych wiadomości sugerowanych, niekiedy i kreowanych przez algorytmy, serwisy technologiczne pełnią istotną rolę w życiu szerokiego grona użytkowników, nie ograniczających się wyłącznie do pasjonatów.
- | Strategia serwisów technologicznych **Wirtualnej Polski** oparta jest na dostosowaniu treści do danych odbiorców, co widać w przystępnym języku i atrakcyjnym doborze tematów oraz zagwarantowaniem pożądanego i bezpiecznego kontekstu dla reklamodawców.



# Użytkownicy chętnie wybierają serwisy technologiczne Wirtualnej Polski

 Real Users

Grupa Wirtualna Polska



Grupa RAS Polska



elektroda.pl



Grupa Spider's Web



Źródło: Mediapanel, luty 2021.

# Ale technologia w WP to również gry i fotografia



 **Polygamia.pl**






**1,0 mln RU**

  
fotoblogia

**0,9 mln RU**











# Skąd przychodzi do nas użytkownik



Serwis	Wyszukiwarki	SG WP	Social media	Wejścia bezpośrednie	Pozostałe
dobreprogramy	46%	44%	2%	6%	2%
 tech	15%	75%	4%	4%	2%
 gadżetomania	33%	59%	2%	5%	1%
 komórkomania	55%	38%	1%	4%	2%
 fotoblogia	29%	64%	2%	5%	0%
 Polygamia.pl	29%	64%	2%	5%	0%

# Każdy serwis ma innego czytelnika



	dobreprogramy	 WP tech	 WP gadżetomania	 WP komórkomania	 WP fotoblogia	 Polygamia.pl
dobreprogramy		73%	66%	59%	71%	80%
 WP tech	35%		49%	42%	55%	62%
 WP gadżetomania	19%	29%		24%	38%	37%
 WP komórkomania	15%	22%	21%		25%	26%
 WP fotoblogia	13%	21%	22%	18%		28%
 Polygamia.pl	16%	27%	27%	21%	31%	



# Nowy redaktor naczelny – WP Tech



- | **Nowym redaktorem naczelnym obszaru technologii WP został Marcin Bartnicki, a zastępcą redaktora naczelnego obszaru – Piotr Urbaniak.**
- | **Marcin Bartnicki** pracował ostatnio w Centrum Oceny Technologii i Instytucie Badań Edukacyjnych (szef działu komunikacji i marketingu a także starszy specjalista ds. badawczych).
- | Wcześniej w PMPG był strategiem kontentu i redaktorem prowadzącym (odpowiedzialnym za wdrożenia serwisów technologicznych i zdrowotnych).
- | W przeszłości przez 7 lat pracował w Wirtualnej Polsce jako redaktor prowadzący, wydawca i publicysta.
- | Marcin jest też doktorantem na UMK w Toruniu oraz stypendystą europejskich grantów.



# Siła naszego obszaru to redakcja pasjonatów tematyki



**Barnaba Siegel**

pasjonat i znawca gier pod każdym względem



**Miron Nurski**

ekspert branży mobilnej i telekomunikacyjnej



**Łukasz Michalik**

miłośnik gadżetów technologicznych, transhumanizmu i formy felietonu



**Piotr Urbaniak**

Zastępca redaktora naczelnego Obszaru technologie



**Marcin Watemborski**

ekspert branży fotograficznej, profesjonalny fotograf



**Bolesław Breczko**

ekspert z dziedziny technologii wojskowych, były żołnierz



**Każdy z autorów to wielki pasjonat technologii**



**Każdy serwis WP  
ma ogromny  
potencjał**



tech



gadżetomania

dobreprogramy



fotoblogia



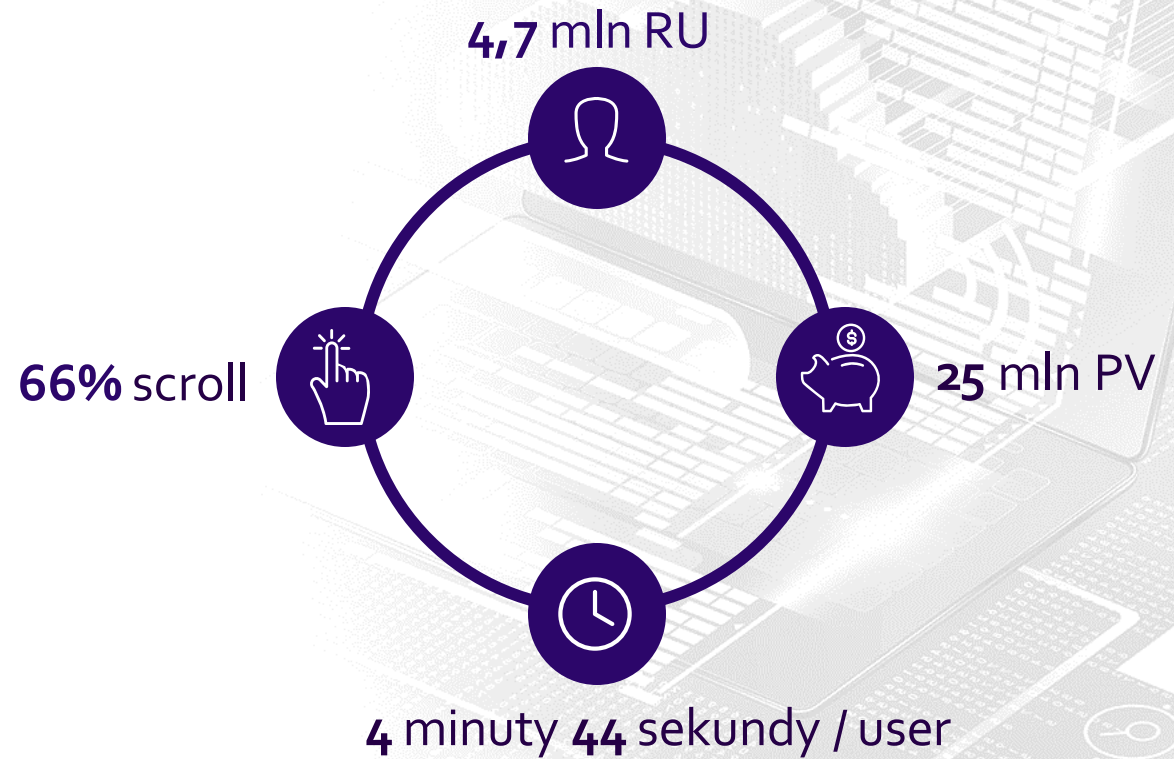
komórkomania

 Polygama.pl

# dobreprogramy

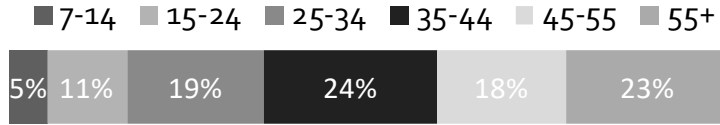
Bo technologia bez oprogramowania po prostu nie istnieje.

- | Mamy świeże i niesztampowe spojrzenie na branżę nowych technologii, edukujemy i uświadamiamy przez pryzmat oprogramowania,
- | Nasi czytelnicy i blogerzy są liderami opinii w swoich kręgach – to wyjątkowa w skali polskiej branży technologicznej zaangażowana społeczność aktywnie działająca na blogach i forum dyskusyjnym,
- | Mamy własny katalog oprogramowania, który miesięcznie generuje ponad **800 000** pobrań.

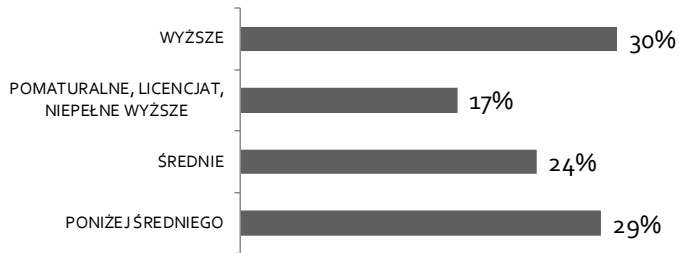


# Kto nas odwiedza?

## Wiek



## Wykształcenie



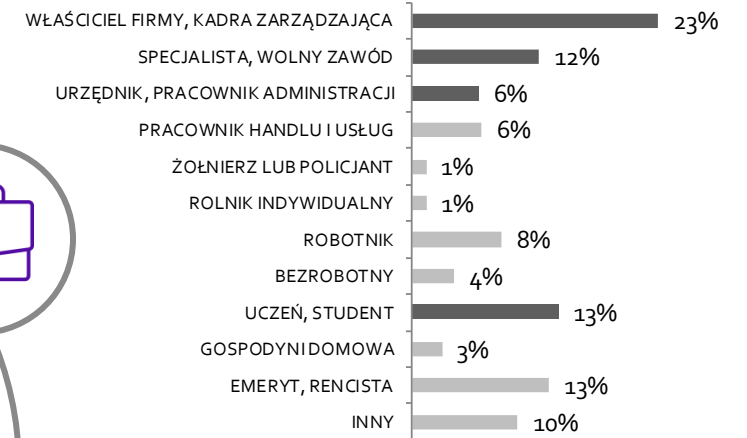
## Płeć



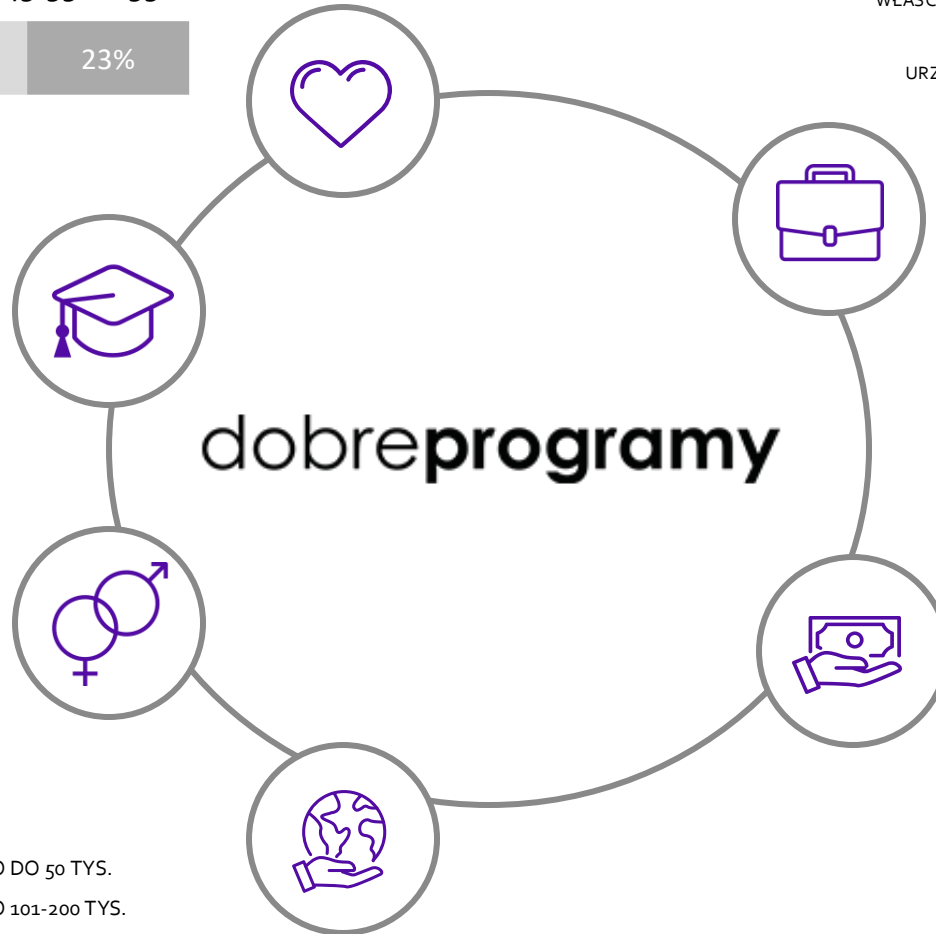
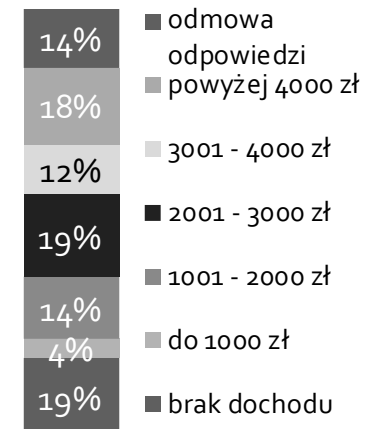
## Wielkość miejscowości



## Zawód

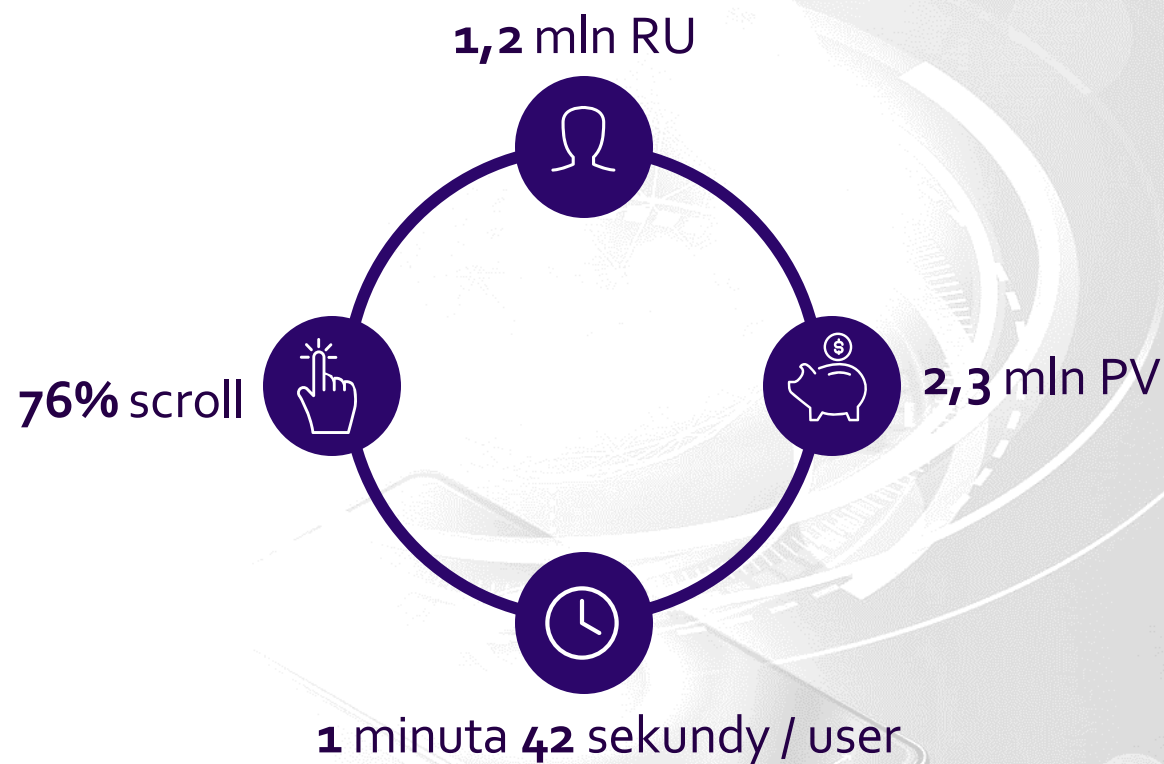


## Dochód



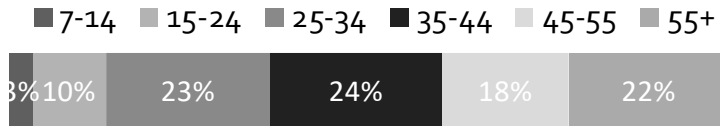
## Bo życie toczy się w mobile!

- | Mamy największą w Polsce bazę i porównywarke smartfonów,
- | Testujemy na sobie i radzimy, jak najskuteczniej korzystać ze smartfonów i jak ułatwić sobie dzięki nim życie,
- | Przygotowujemy rankingi aplikacji mobilnych i doradzamy, z których i jak korzystać,
- | Tworzymy multimedialne poradniki prowadzące użytkownika „za rękę” przez obsługę telefonu.

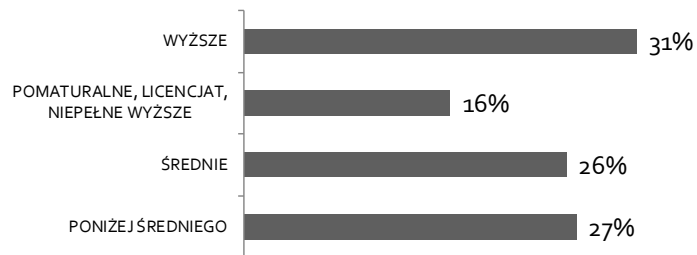


# Kto nas odwiedza?

## Wiek



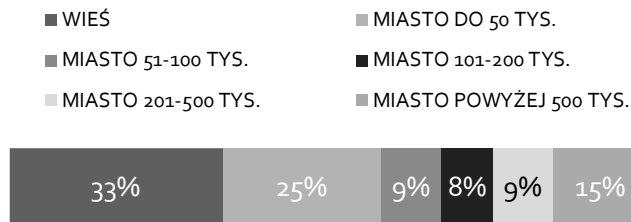
## Wykształcenie



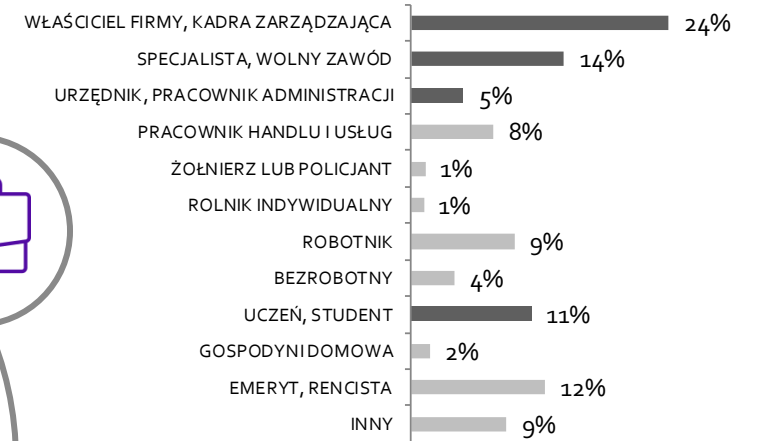
## Płeć



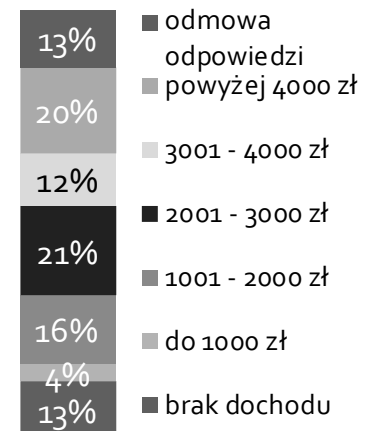
## Wielkość miejscowości



## Zawód



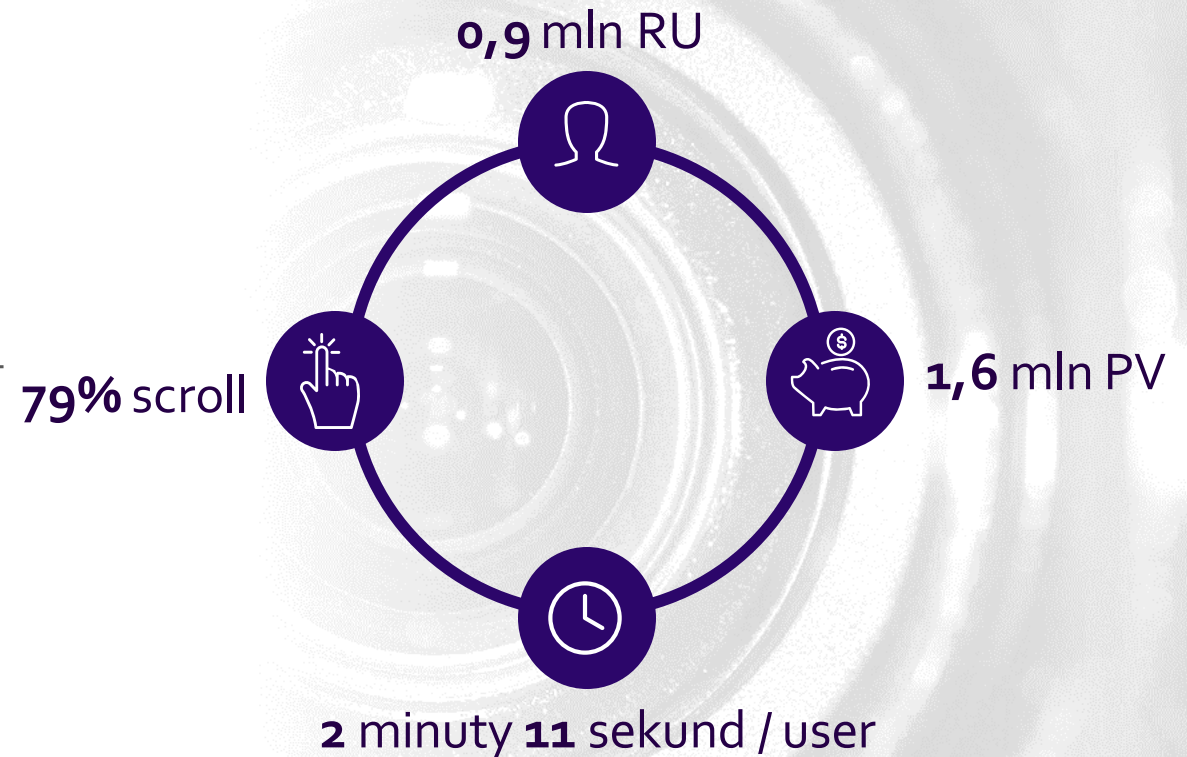
## Dochód



WP  
komórkomania

## Bo fotografia to styl życia!

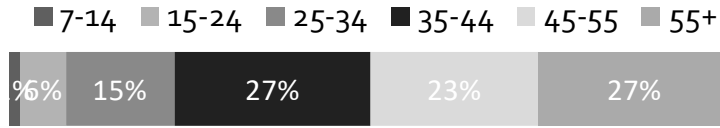
- | Skupiamy się na aspektach fotografii profesjonalnej, amatorskiej oraz fotografii mobilnej,
- | Tworzymy eksperckie treści ze świata fotografii i post-produkcji,
- | Spoglądamy zza obiektywu na rzeczywistość w stylu „slow life”, często udając się z aparatem na kraniec świata w poszukiwaniu inspiracji,
- | Piszemy, ale także sami fotografujemy, dzięki czemu treści są jeszcze bardziej praktyczne i ukazane z perspektywy samego twórcy,
- | Tłumaczymy i radzimy, jak robić zdjęcia, dzięki czemu trafiamy nie tylko do profesjonalistów.



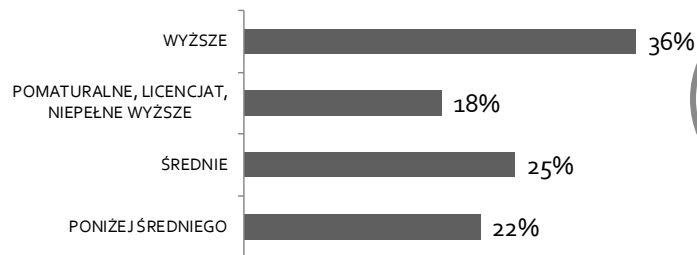


# Kto nas odwiedza?

## Wiek



## Wykształcenie



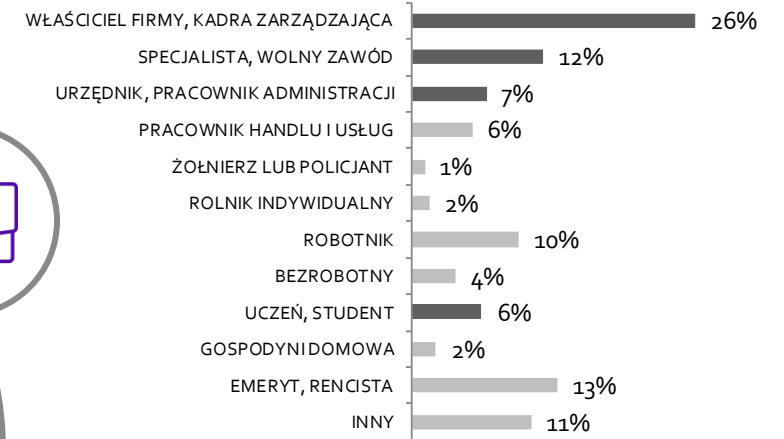
## Płeć



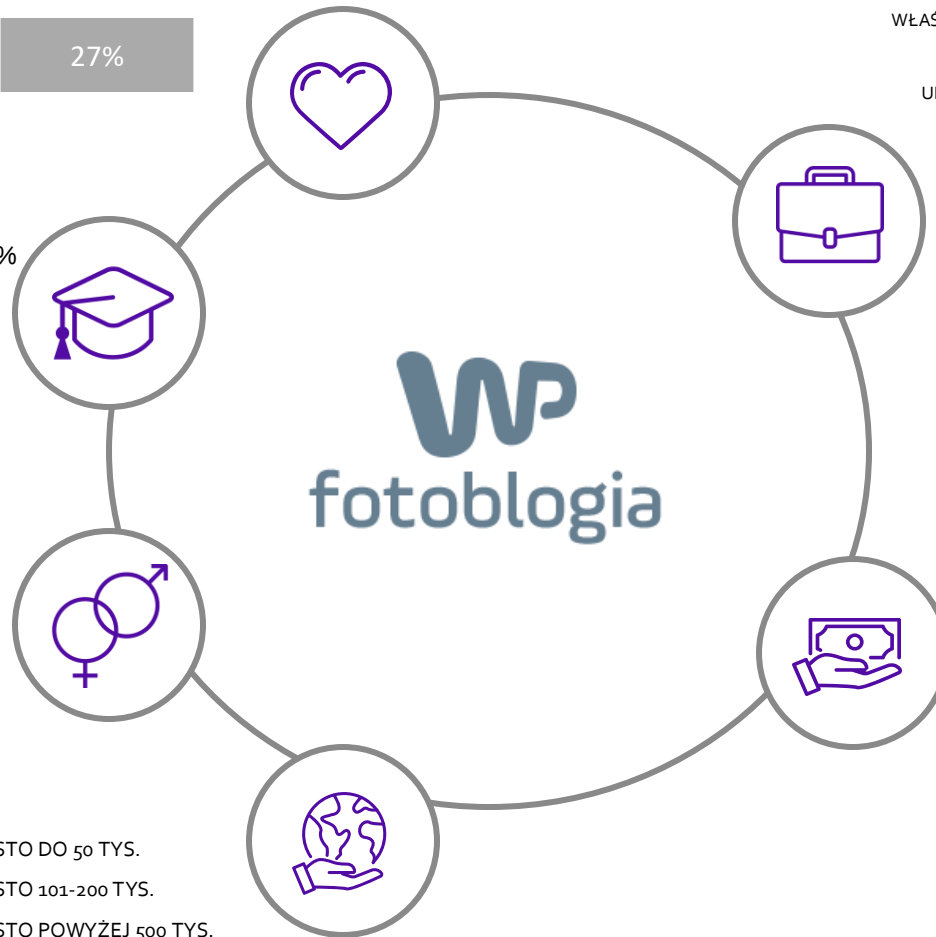
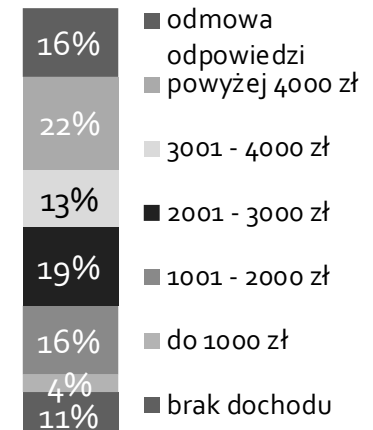
## Wielkość miejscowości



## Zawód

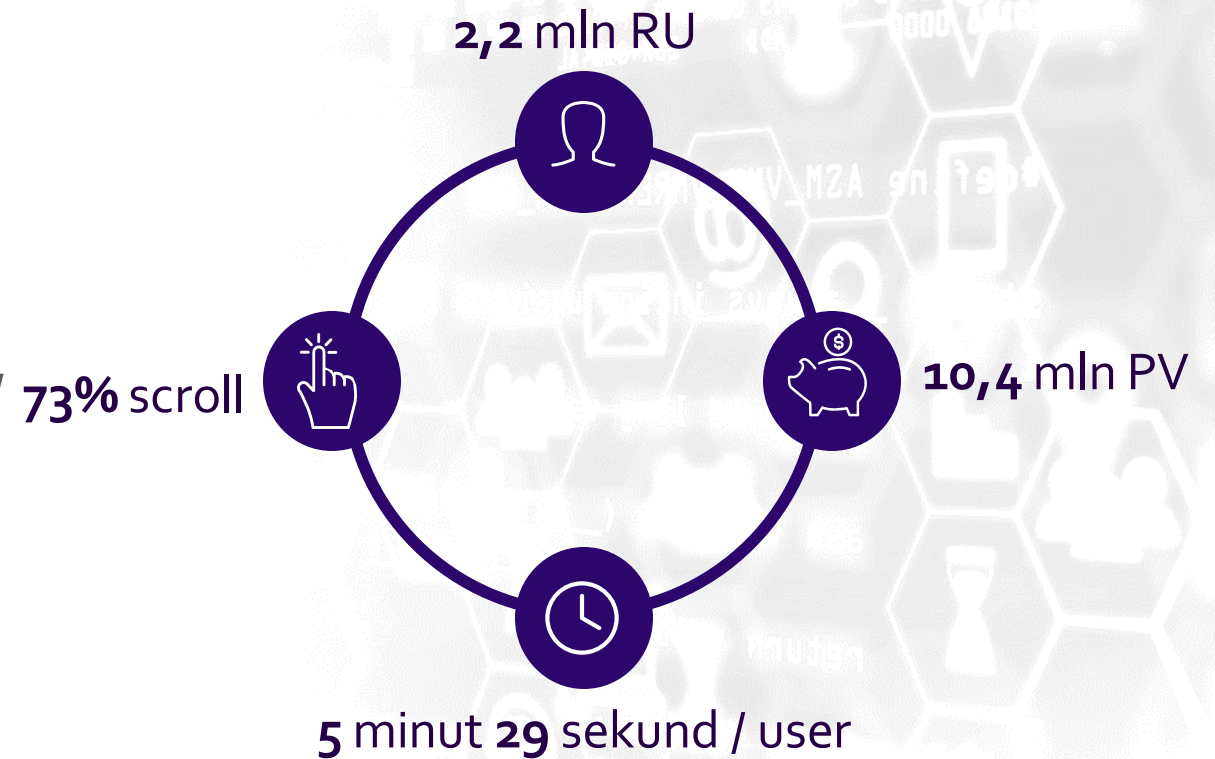


## Dochód



## Bo wszyscy żyjemy blisko technologii!

- | Opisujemy rzeczywistość w nurcie pop-tech, czyli na styku technologii, nauki, przemysłu, kultury i nowoczesnego stylu życia,
- | Opowiadamy, jak technologie wpływają na nasze życie, transformują gospodarkę, zmieniają społeczeństwo i świat wokół nas,
- | Prostujemy popularne mity i pseudonaukę, w swoich reportażach podejmujemy odważne wyzwania,
- | Docieramy do szerokiego grona użytkowników poszukujących najświeższych informacji o świecie nowych technologii,
- | Podpowiadamy jak być bezpiecznym w dzisiejszym, cyfrowym świecie.

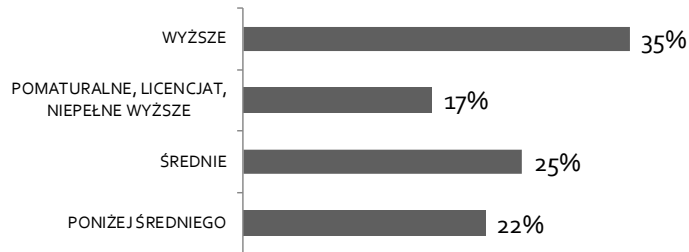


# Kto nas odwiedza?

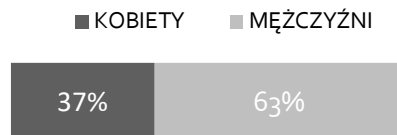
## Wiek



## Wykształcenie



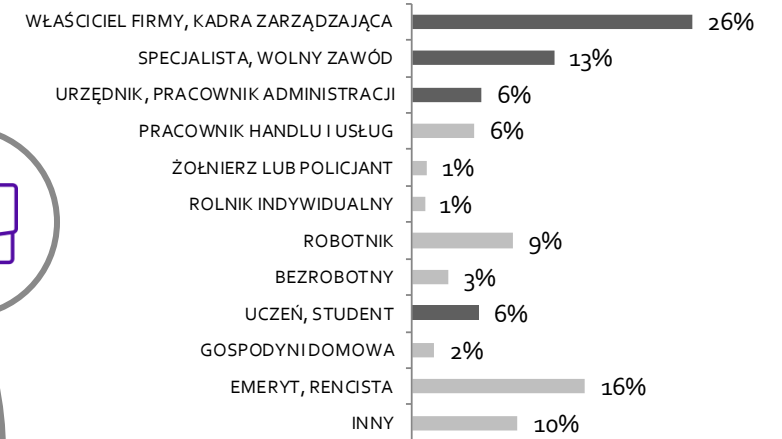
## Płeć



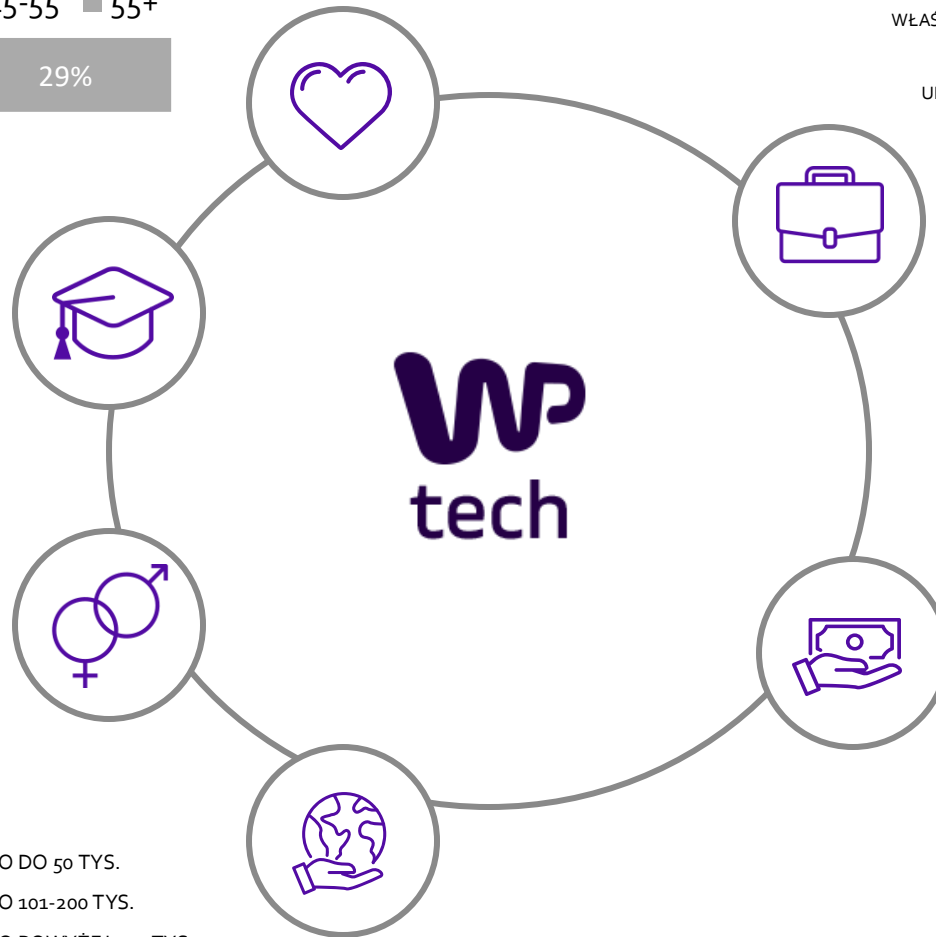
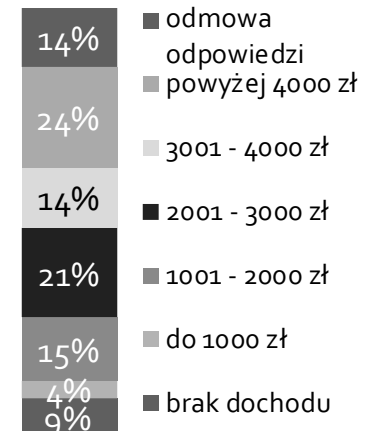
## Wielkość miejscowości



## Zawód

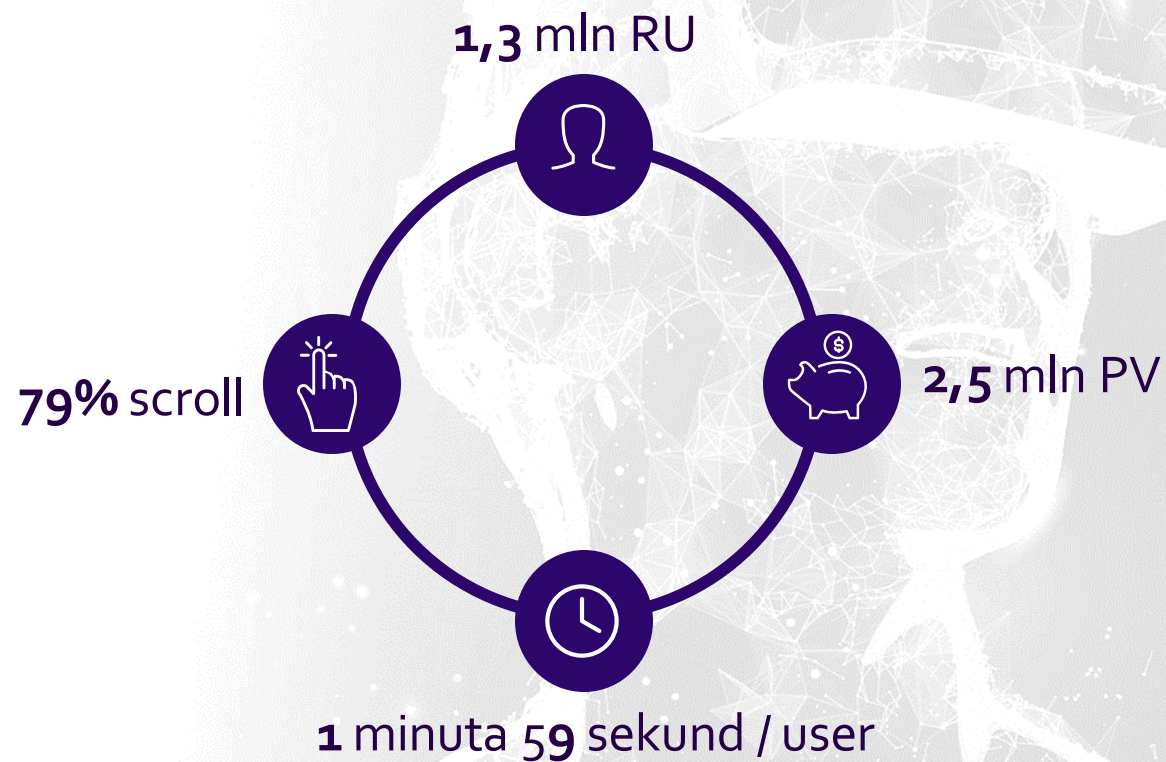


## Dochód



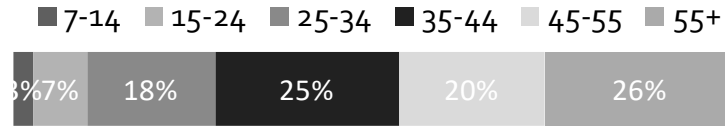
**Bo nie ma takiego gadżetu, o którym byśmy nie napisali!**

- | Budujemy polski serwis o gadżetach, sprzęcie i technologiach w ujęciu konsumenckim,
- | Tworzymy pogłębione recenzje, poradniki i testy, historie konsumenckie,
- | Pokazujemy wszystko, co ociera się o technologie,
- | Podpowiadamy co i gdzie warto kupić.

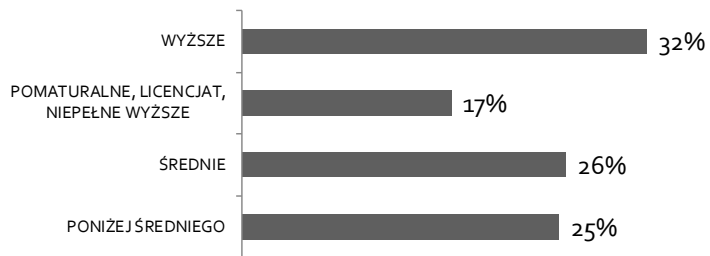


# Kto nas odwiedza?

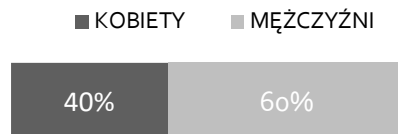
## Wiek



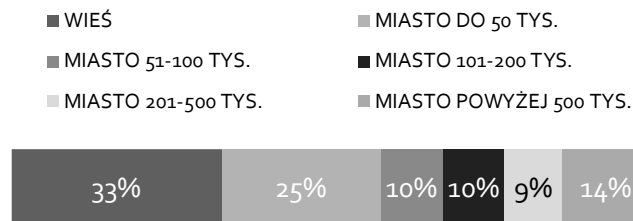
## Wykształcenie



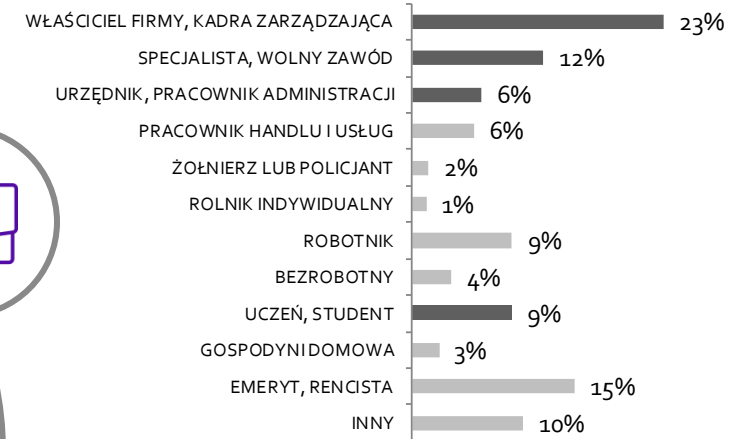
## Płeć



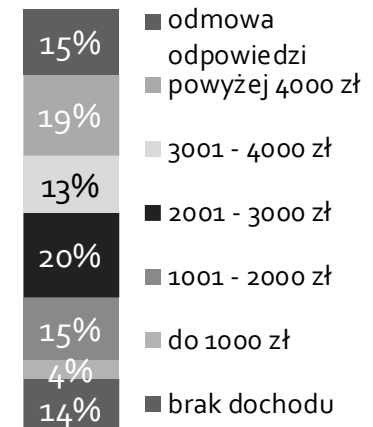
## Wielkość miejscowości



## Zawód

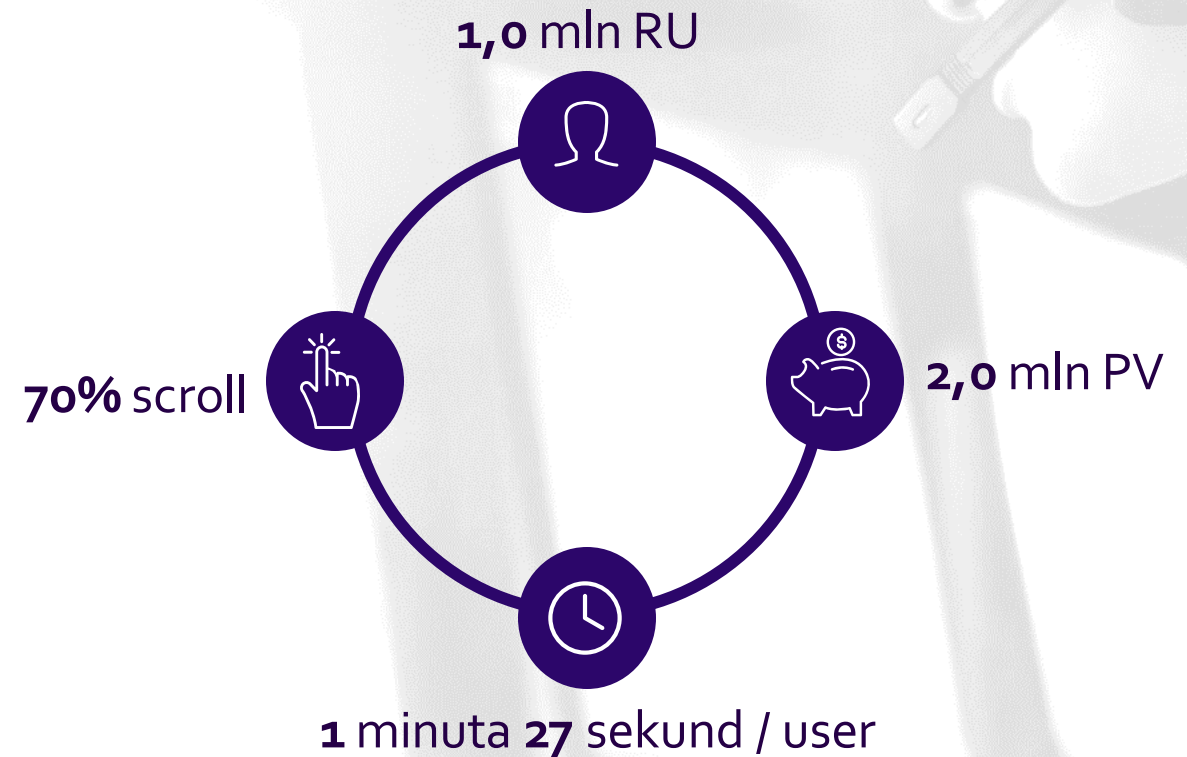


## Dochód



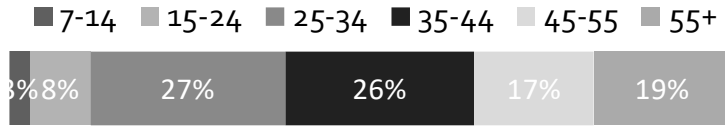
## Bo czasem trzeba się rozerwać!

- | To serwis którego corem są gry i wszystko co z grami związane,
- | Tworzony przez fanów dla fanów,
- | Tworzymy ekspercki content o grach (nowościach, zapowiedziach oraz poradniki dla graczy),
- | Testujemy sprzęty (komputery, konsole, telewizory) i akcesoria gamingowe.

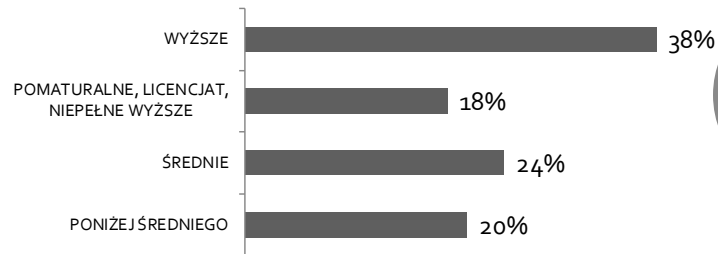


# Kto nas odwiedza?

## Wiek



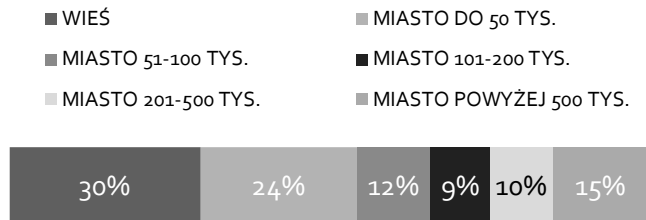
## Wykształcenie



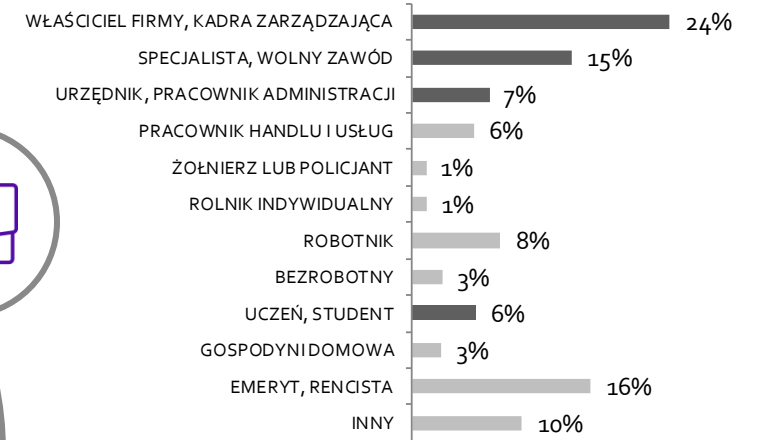
## Płeć



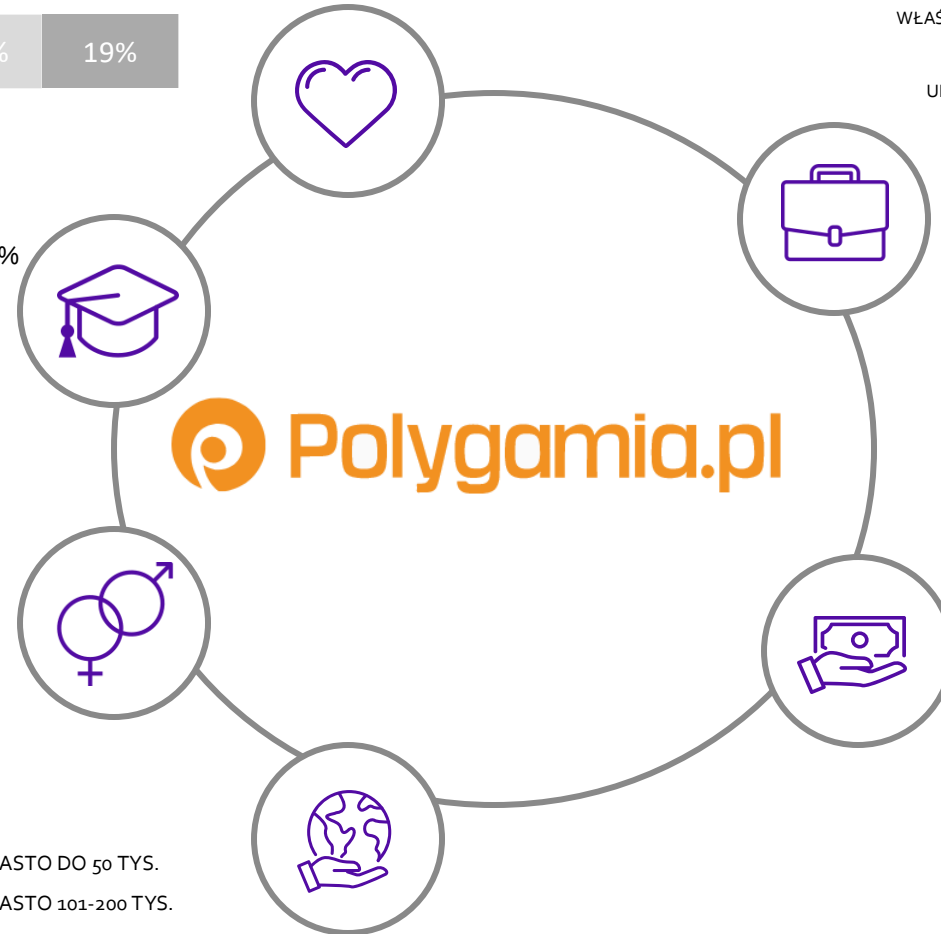
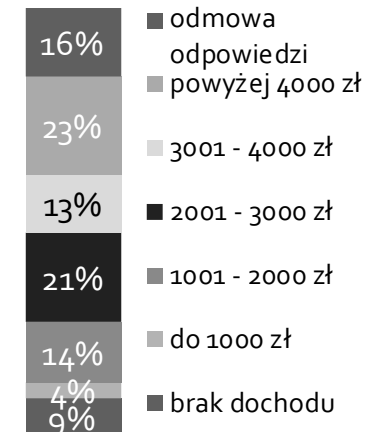
## Wielkość miejscowości



## Zawód



## Dochód





# Inspirujące realizacje



tech



gadżetomania

[dobreprogramy](#)



[fotoblogia](#)



[komórkomania](#)

 [Polygama.pl](#)



# Premiera Xiaomi Mi10 w dobie pandemii



## CEL KAMPANI:

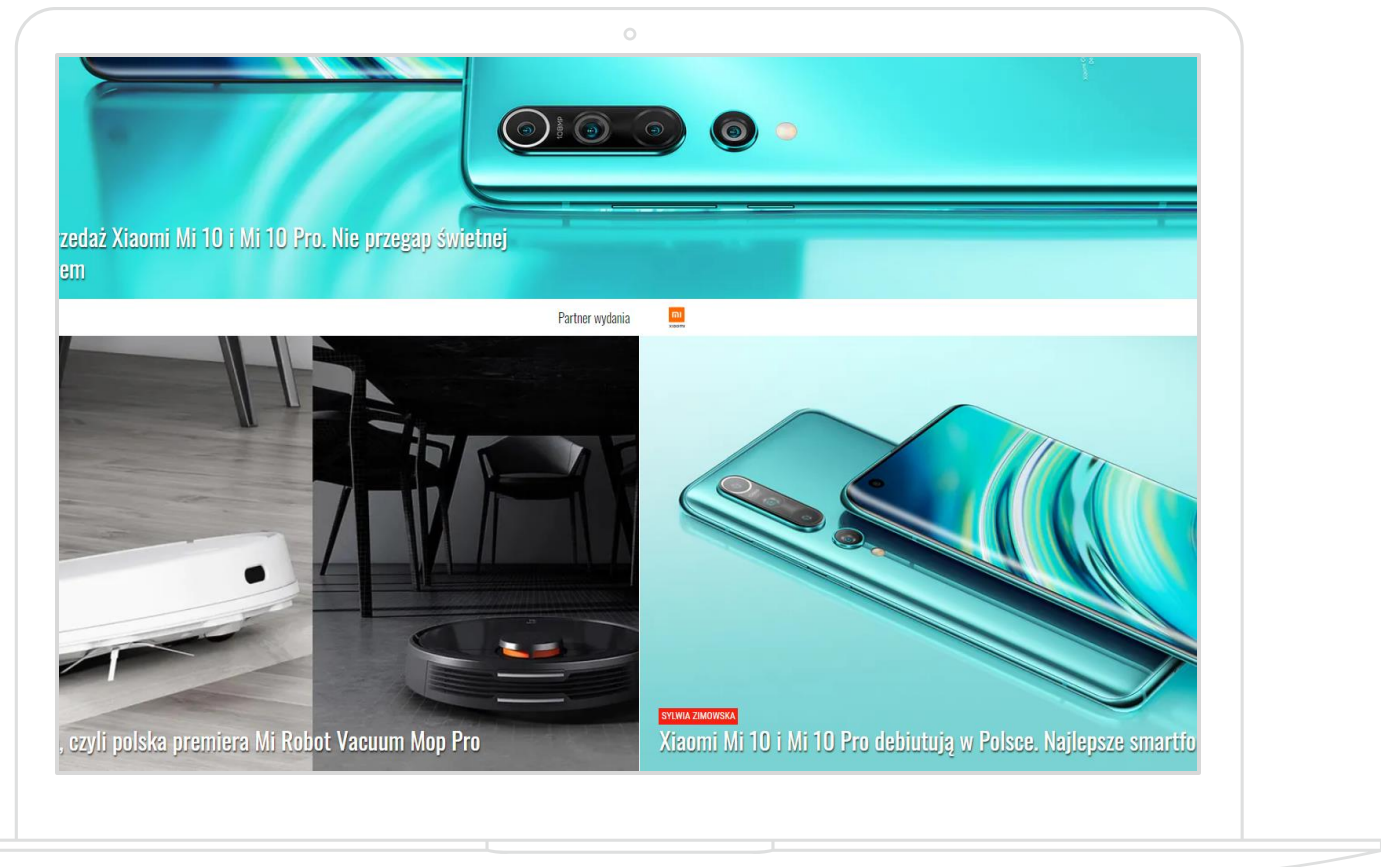
- | Przeprowadzenie kampanii wizerunkowej o dużym zasięgu, której efektem miała być zmiana wizerunku marki Xiaomi jako producenta wysokiej jakości sprzętu w atrakcyjnej cenie

## ZAŁOŻENIA AKCJI SPECJALNEJ:

- | Przygotowanie dedykowanej sekcji w ramach Wydarzenia Specjalnego złożonego z **9 treści natywnych**
- | Emisja transmisji z eventu klienta na Stronie Głównej WP w dniu premiery
- | Promocja artykułów w ramach dedykowanego modułu na Stronie Głównej WP

## WYKORZYSTANE NARZĘDZIA:

- | Livestreaming
- | Wydarzenie specjalne
- | Dedykowane moduły promocyjne na Stronie Głównej WP



[Link do realizacji](#)

# Zenbook Pro Duo



## CEL KAMPANI:

- | Kontynuacja promocji **ASUS Zenbook Pro Duo** oraz zbudowanie świadomości modelu **Zenbook UX434**

## ZAŁOŻENIA AKCJI SPECJALNEJ:

- | Stworzenie nowych treści do istniejącej już wcześniej strefy marki **zenbookduopro.wp.pl**
- | Zaangażowanie influencerów do wideo
- | Zaprojektowanie kampanii performance w oparciu o dane z działań kontentowych

## WYKORZYSTANE NARZĘDZIA:

- | Strefa marki
- | Angażujące wideo z influencerami
- | Kampania performance + display
- | Promocja redakcyjna na SG



[Link do realizacji](#)



## CEL KAMPANI:

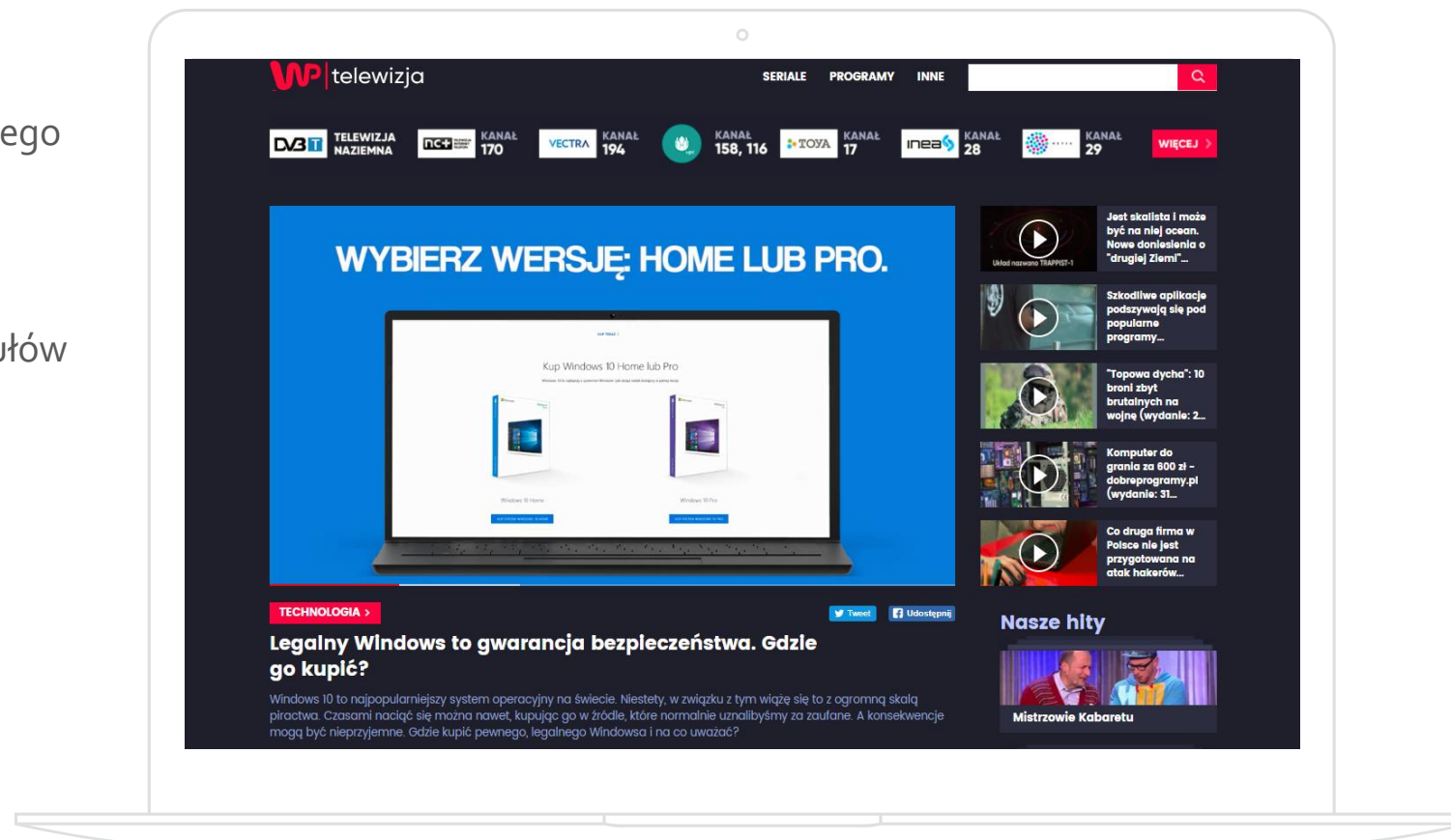
- | Budowa świadomości na temat pirackiego oprogramowania i sposobów jak z nim walczyć

## ZAŁOŻENIA AKCJI SPECJALNEJ:

- | Stworzenie cross - obszarowych artykułów natywnych na temat pirackiego oprogramowania
- | Realizacja wideo na temat możliwości nowego systemu Microsoft 10

## WYKORZYSTANE NARZĘDZIA:

- | Artykuły natywne
- | Natywny materiał wideo
- | Promocja redakcyjna na SG



[Link do realizacji](#)

# Interaktywna opowieść Oppo

oppo

## CEL KAMPANI:

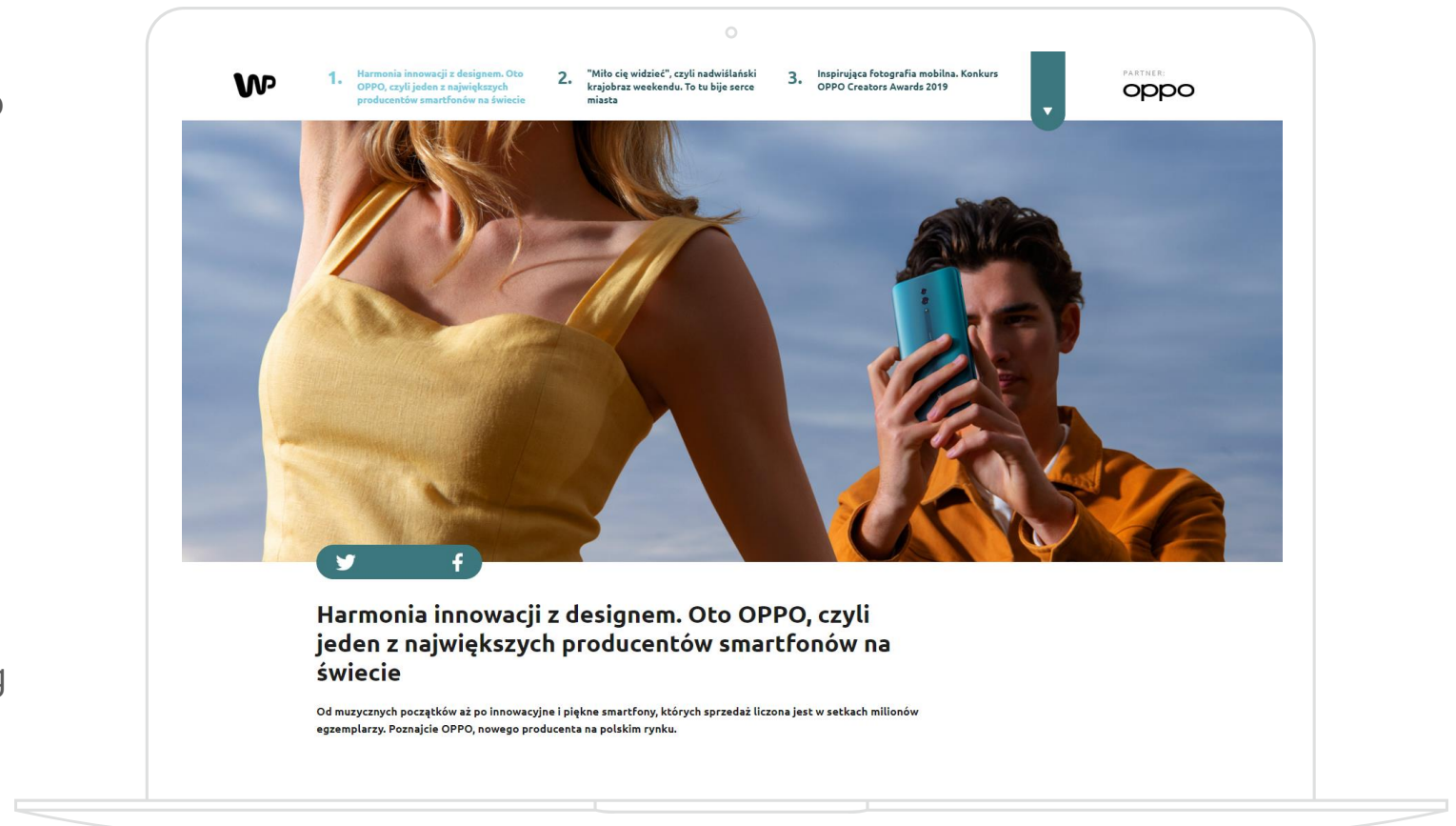
- | Zwiększenie świadomości **Oppo** jako marki innowacyjnej, dającej powiew świeżości i innowacji w codziennym życiu

## ZAŁOŻENIA AKCJI SPECJALNEJ:

- | Stworzenie interaktywnego storytellingu
- | Sesje zdjęciowe oraz dedykowane funkcjonalności dla użytkowników zwiększające zaangażowanie

## WYKORZYSTANE NARZĘDZIA:

- | **LongForm:** interaktywny storytelling
- | Autorskie sesje zdjęciowe
- | Promocja redakcyjna na SG



[Link do realizacji](#)

# Samsung Galaxy S20 FE 5g

# SAMSUNG

## CEL KAMPANI:

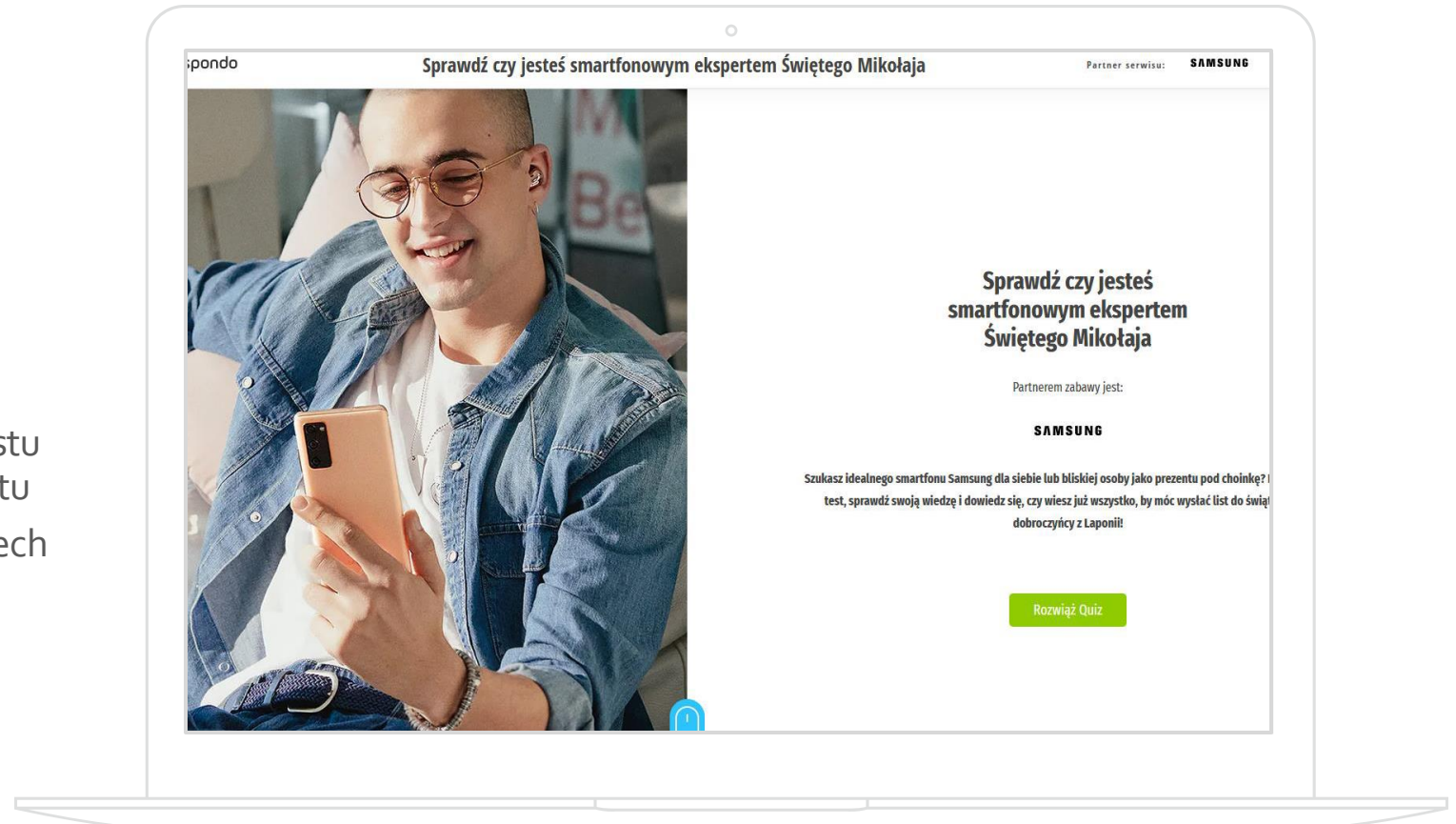
- | Zwiększenie świadomości na temat modelu **Galaxy S20 FE 5g**
- | Pozycjonowanie w kontekście zbliżających się Świąt Bożego Narodzenia.

## ZAŁOŻENIA AKCJI SPECJALNEJ:

- | Stworzenie dedykowanego psychotestu z wykorzystaniem autorskiego formatu
- | Promocja na SG WP, w serwisie WP Tech oraz social media

## WYKORZYSTANE NARZĘDZIA:

- | **WP Respondo**
- | Promocja redakcyjna na SG



[Link do realizacji](#)

# Xbox - nowa generacja rozrywki



## CEL KAMPANI:

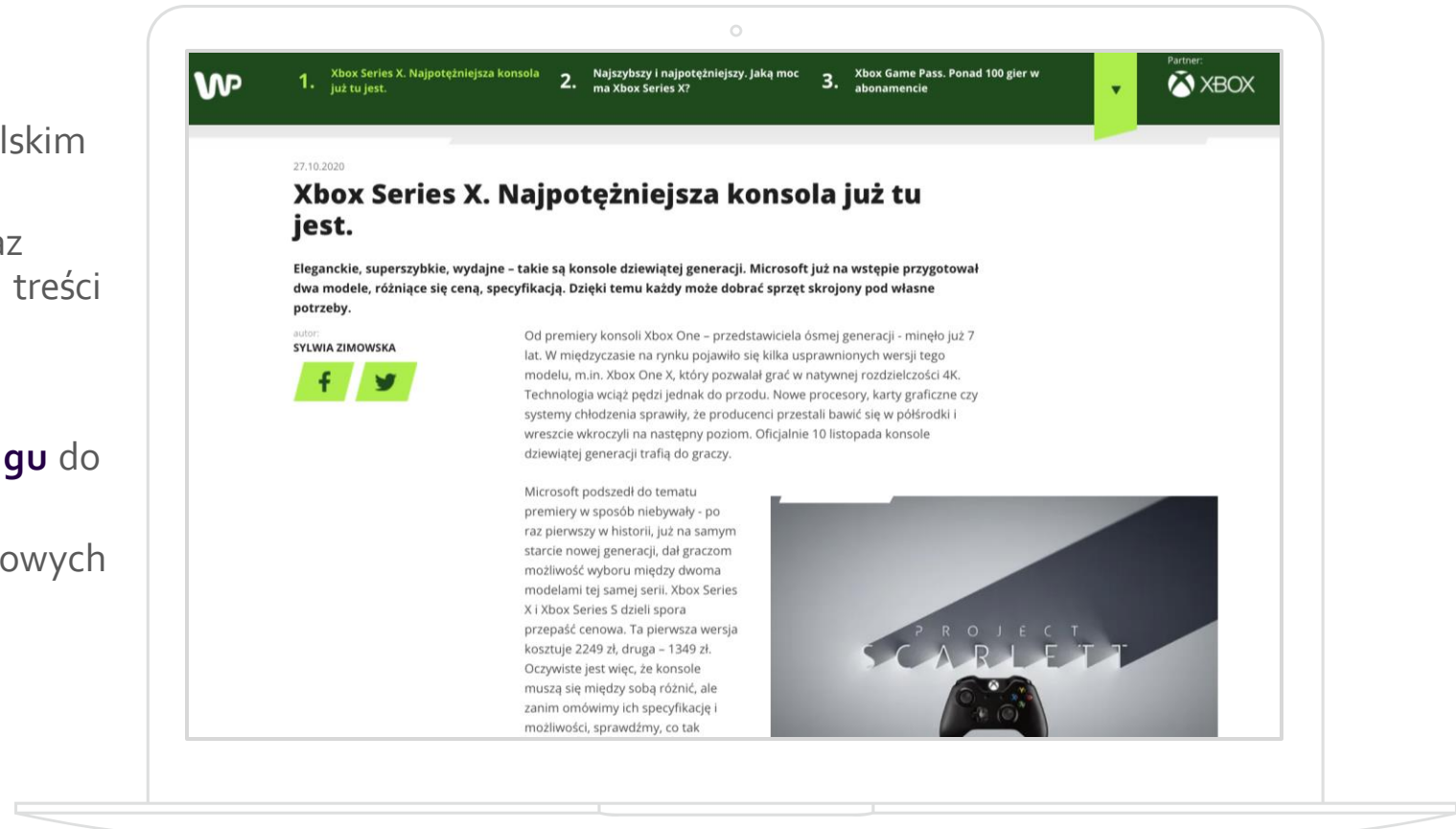
- | Promocja premiery **Xbox seria X** na polskim rynku
- | Zwiększenie interakcji użytkownika oraz intencji zakupowych z wykorzystaniem treści natywnych

## ZAŁOŻENIA AKCJI SPECJALNEJ:

- | Stworzenie interaktywnego **storytellingu** do promocji premiery konsoli
- | Emisja dedykowanych boxów sprzedażowych CDC z intencją zakupową

## WYKORZYSTANE NARZĘDZIA:

- | Storytelling
- | Boxy CDC
- | Promocja redakcyjna na SG



[Link do realizacji](#)

## OPIS WYDARZENIA:

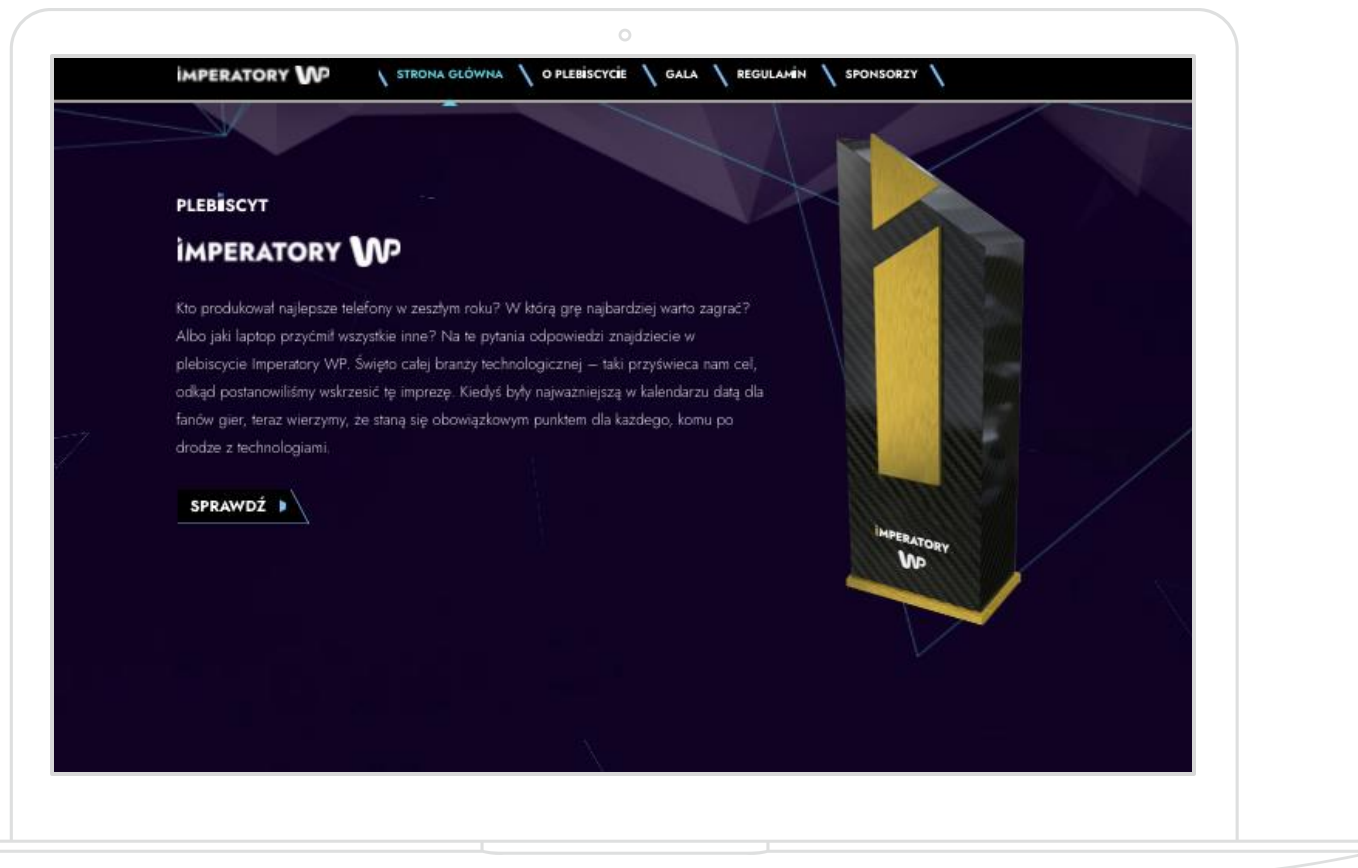
- | Reaktywacja jednego z najstarszych eventów branży technologii w Polsce
- | Nagrody przyznano w aż **12 kategoriach**
- | Wydarzenie o zasięgu ogólnopolskim z szeroką promocją na Stronie Głównej WP

## DZIAŁANIA:

- | Dedykowany mikro site z własną identyfikacją wizualną
- | Loteria dla uczestników głosowania
- | Transmisja gali na Stronie Głównej WP

## WYNIKI:

- | Ponad **140 000** UU
- | Ponad **50 000** oddanych głosów
- | Ponad **600 000** rozpoczętych streamów wideo z gali





# Niestandardowe rozwiązania reklamowe



tech



gadżetomania

dobreprogramy



fotoblogia



komórkomania

 Polygama.pl



# Artykuł z intencją zakupową

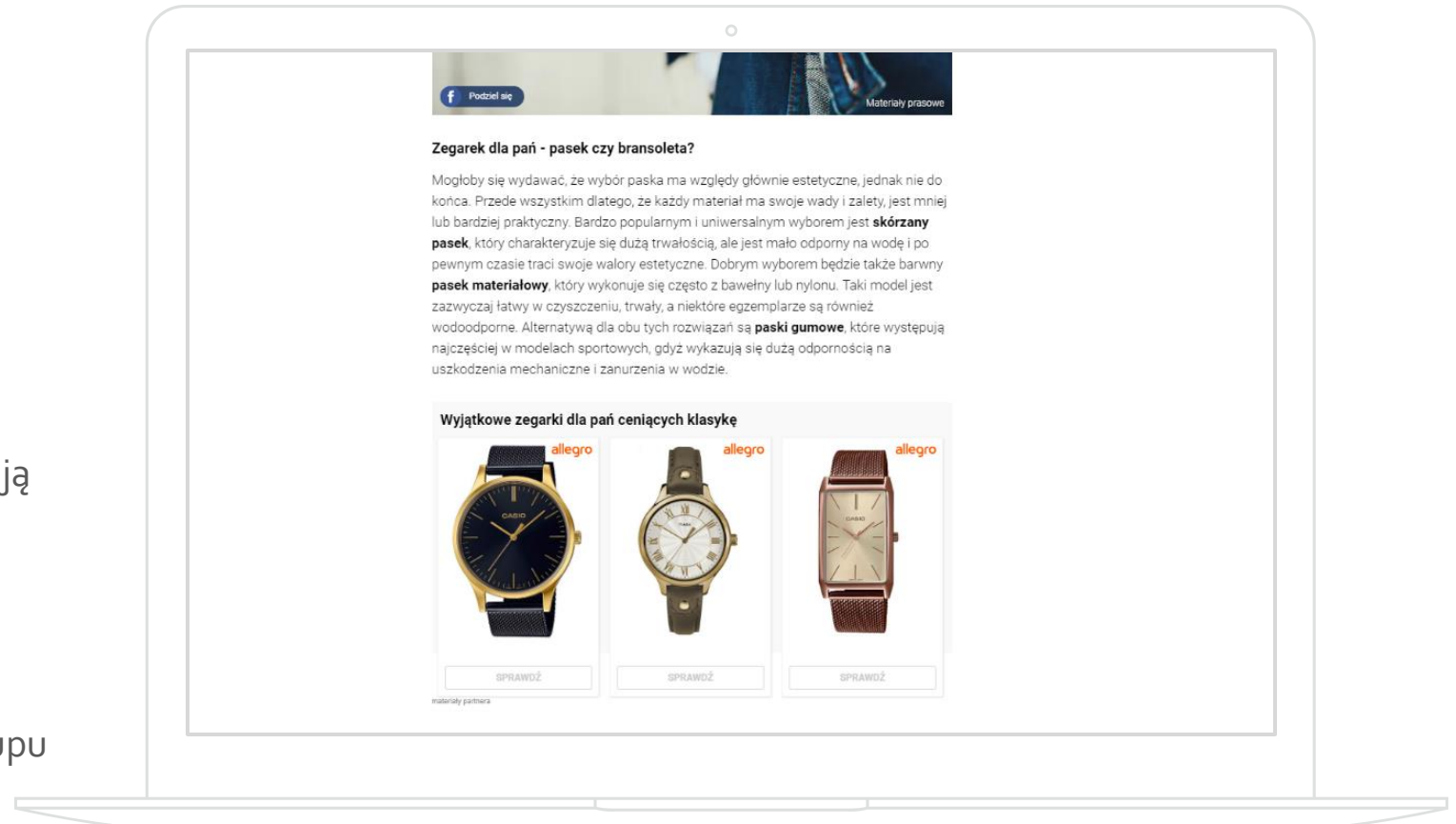
## OPIS PRODUKTU:

- | Połączenie wysokiej jakości artykułów z ofertą produktową
- | W treści artykułu dodane są powiązane z tematem moduły zakupowe, wybierane bezpośrednio przez redakcję w trakcie przygotowywania treści
- | Produkty są zawsze idealnie powiązane z treścią artykułów, a moduły zakupowe stają się ich integralną częścią

## KORZYŚCI:

- | Idealne dopasowanie produktu do treści artykułu
- | Moduły zakupowe zwiększają szansę zakupu

ZASIĘG: 10 000 UU



Przykładowa realizacja

# Artykuł ilustrowany



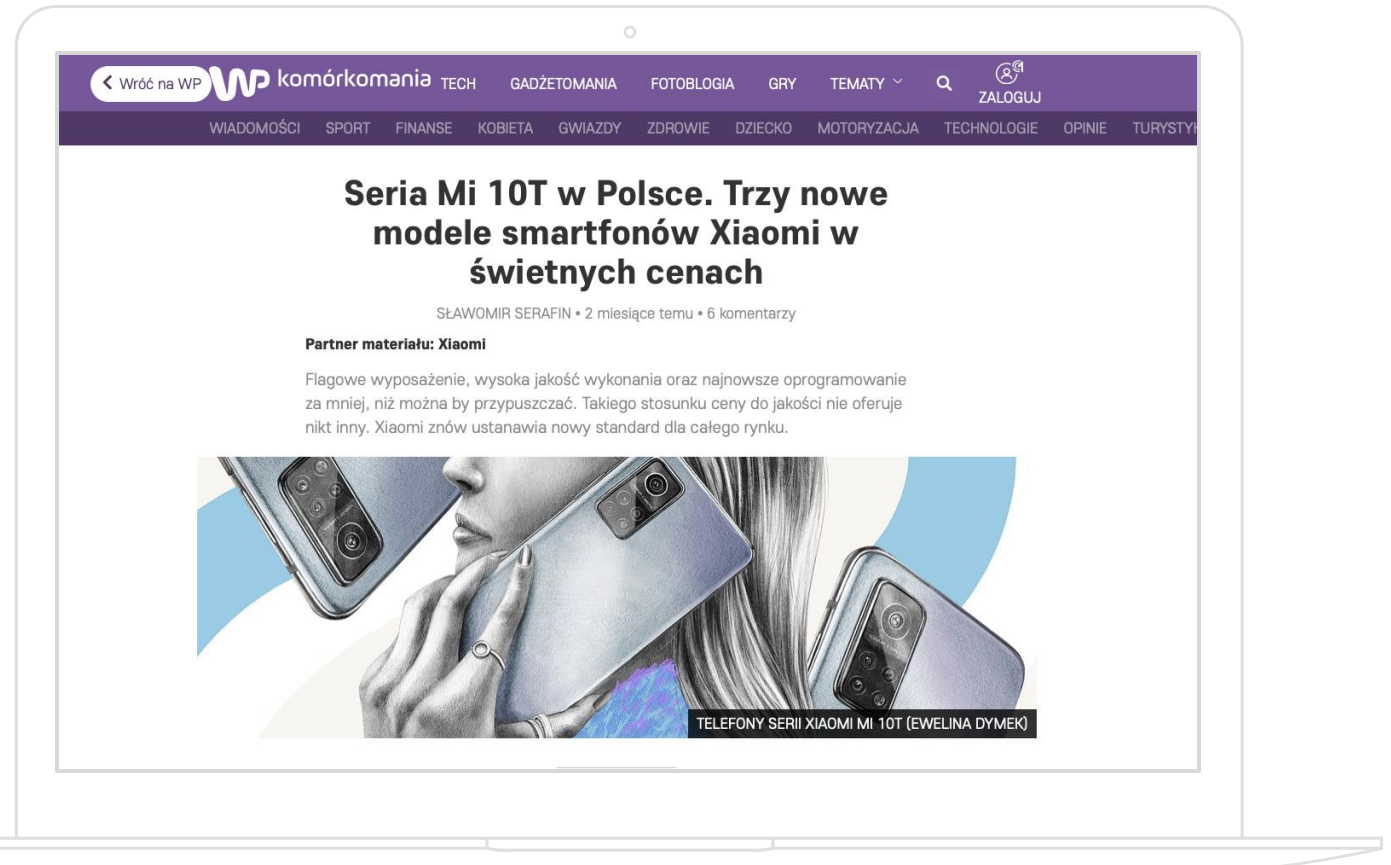
## OPIS PRODUKTU:

- | Artykuł natywny w eleganckim layoucie eksponującym ilustracje,
- | Ilustratorzy za każdym razem przygotowują **3 unikalne grafiki** na podstawie briefu,
- | (Z przyczyn technicznych oferta nie jest dostępna w serwisach dobreprogramy i Polygamia).

## KORZYŚCI:

- | Ilustracje przyciągają wzrok i sprawiają, że przekaz zostaje zapamiętany na długo. Mogą zawierać produkty bądź elementy związane z lokowaniem,
- | Zilustrować można także zagadnienia trudne do pokazania na zdjęciach: np. rozwój sieci 5G, zdrowie, sukces.

ZASIĘG: 20 000 UU



Przykładowa realizacja

# Test redakcyjny

## OPIS PRODUKTU:

- | Test produktu publikujemy w ramach artykułu natywnego w wybranym, dopasowanym tematycznie serwisie
- | Treść uzupełniamy sesją zdjęciową z testu

## KORZYŚCI:

- | Bezpośrednia ekspozycja produktu
- | Sesja zdjęciowa w cenie

**ZASIĘG: 15 000 UU**

### Nespresso Expert&Milk. Trzy powody, dla których spodobał się nawet umiarkowanemu miłośnikowi kawy

Czy zrobienie idealnej kawy w dwóch ruchach jest możliwe? Dzięki ekspresowi Nespresso Expert&Milk - jak najbardziej.



Choć lubię kawę, to przyznam na wstępie, że nie wypijam litra  
dziennie.

Nie jest pierwszą rzeczą, o której myślę o poranku i nie potrzebuje jej do  
normalnego funkcjonowania w ciągu dnia. Tym bardziej ekspres Nespresso mnie

**Przykładowa realizacja**

# Artykuł interaktywny

## OPIS PRODUKTU:

- | Podstawą **Artykułu interaktywnego** jest angażująca historia, którą opowiadamy w magazynowej, eleganckiej oprawie
- | Realizacje publikujemy w domenie interaktywny.wp.pl
- | Klienta prezentujemy jako partnera treści
- | Artykuł promujemy redakcyjnie, na Stronie Głównej Wirtualnej Polski oraz SG kontekstowo wybranego serwisu tematycznego

## KORZYŚCI:

- | Taka forma prezentacji treści pozytywnie wpływa na zaangażowanie użytkowników

**ZASIĘG:** 20 000 UU



**Przykładowa realizacja**

# Aplikacja tygodnia

Dostępność w serwisie dobreprogramy

## OPIS PRODUKTU:

- | Artykuł natywny opisujący zasady funkcjonowania aplikacji z przekierowaniem do pobrania z katalogu oprogramowania
- | Publikacja informacji o aplikacji w katalogu oprogramowania

## KORZYŚCI:

- | Pozycjonowanie w katalogu oprogramowania z możliwością pobrania
- | Inspiracyjna treść natywna – artykuł może przyjąć formę testu bądź opisu aplikacji

ZASIĘG: 10 000 UU

The screenshot displays a product page for 'Any Video Converter' on the 'dobreprogramy' website. The page layout includes:

- Download Buttons:** 'Pobierz program przy pomocy Asystenta pobierania' (with a download icon) and 'Linki do programu bez Asystenta pobierania' (with a download icon).
- Security:** An Avast logo with the text 'zabezpiecz pobieranie'.
- Disclaimer:** A note stating that the assistant may offer ads and that users can use direct links or the 'our guide' if they don't want ads.
- Product Description:** 'Any Video Converter to bardzo dobre, a przede wszystkim darmowe narzędzie pozwalające na szybką konwersję video pomiędzy różnymi formatami plików.'
- Media:** Two screenshots of the software interface showing video conversion options.
- Metadata:**
  - Data aktualizacji: 13 stycznia 2021
  - Rozmiar pliku: 67,07 MB
  - Liczba pobrań: 1 610 304
  - Producent: AnvSoft Inc.
  - System operacyjny: Windows XP / Vista / 7 / 8 / 10
  - Licencja: bezpłatna
- Reviews:**
  - Ocena redakcji: 5 stars (★★★★★)
  - Ocena użytkowników: 5 stars (★★★★★)
  - Twoja ocena: 5 stars (★★★★★)
- Advertisements:** Two 'REKLAMA' banners for 'ODKRYJ discovery+' are visible at the bottom of the page.

Przykładowa realizacja

# Ankieta sponsorowana

Dostępność w serwisie dobreprogramy

## OPIS PRODUKTU:

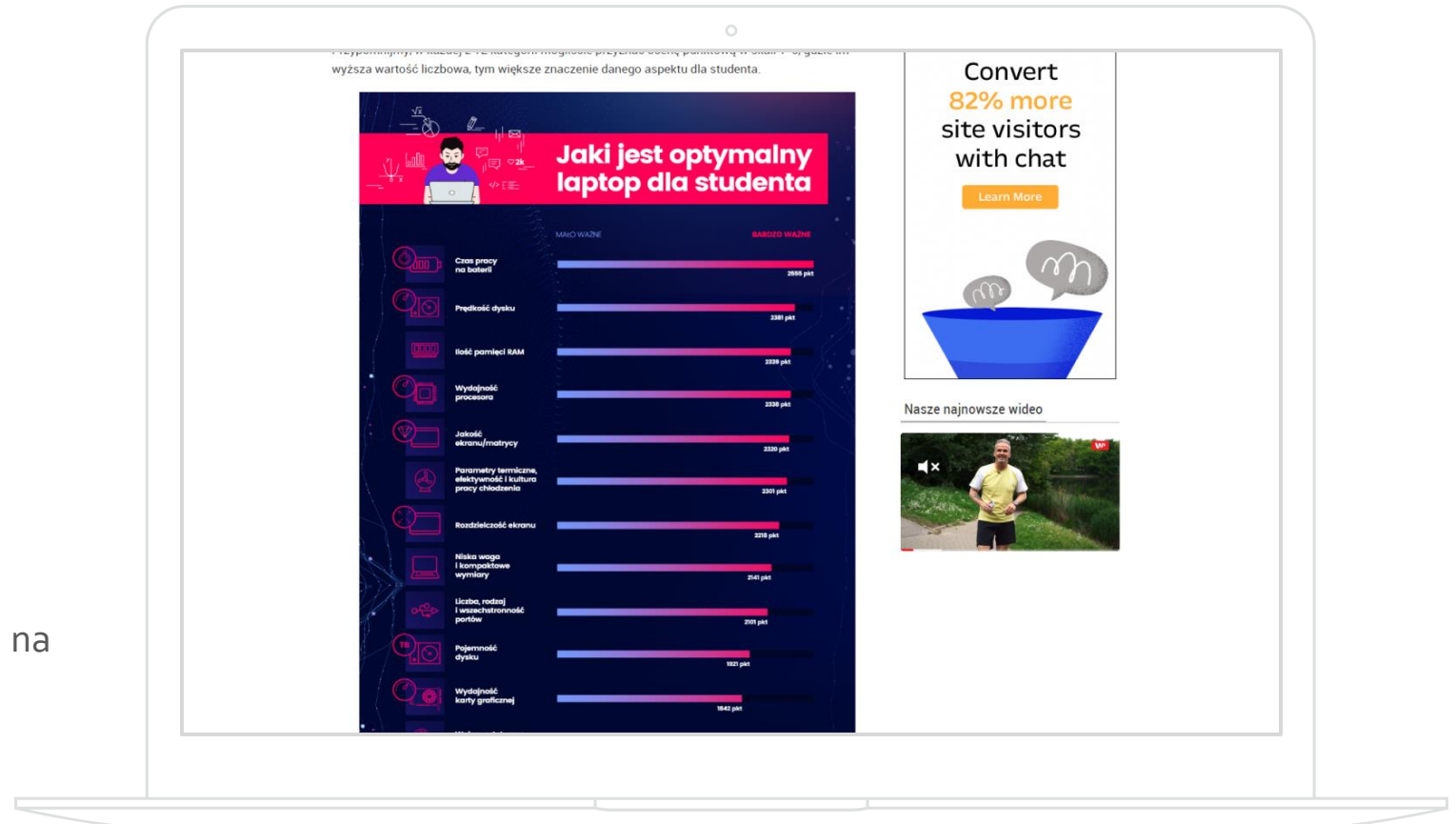
- | 2 treści natywne
- | Pierwsza treść to emisja ankiety Google Forms z zaproszeniem do wypełnienia. Ankieta na wybrany temat związany z technologiami
- | Drugi artykuł to podsumowanie wraz z infografiką

## KORZYŚCI:

- | Atrakcyjna forma contentowa
- | Zaangażowanie użytkowników
- | Możliwość zdobycia jakościowych opinii na temat produktu / zagadnienia

## ZASIĘG:

- | Minimum **500 odpowiedzi**
- | **10 000 UU**



Przykładowa realizacja

# Respondo

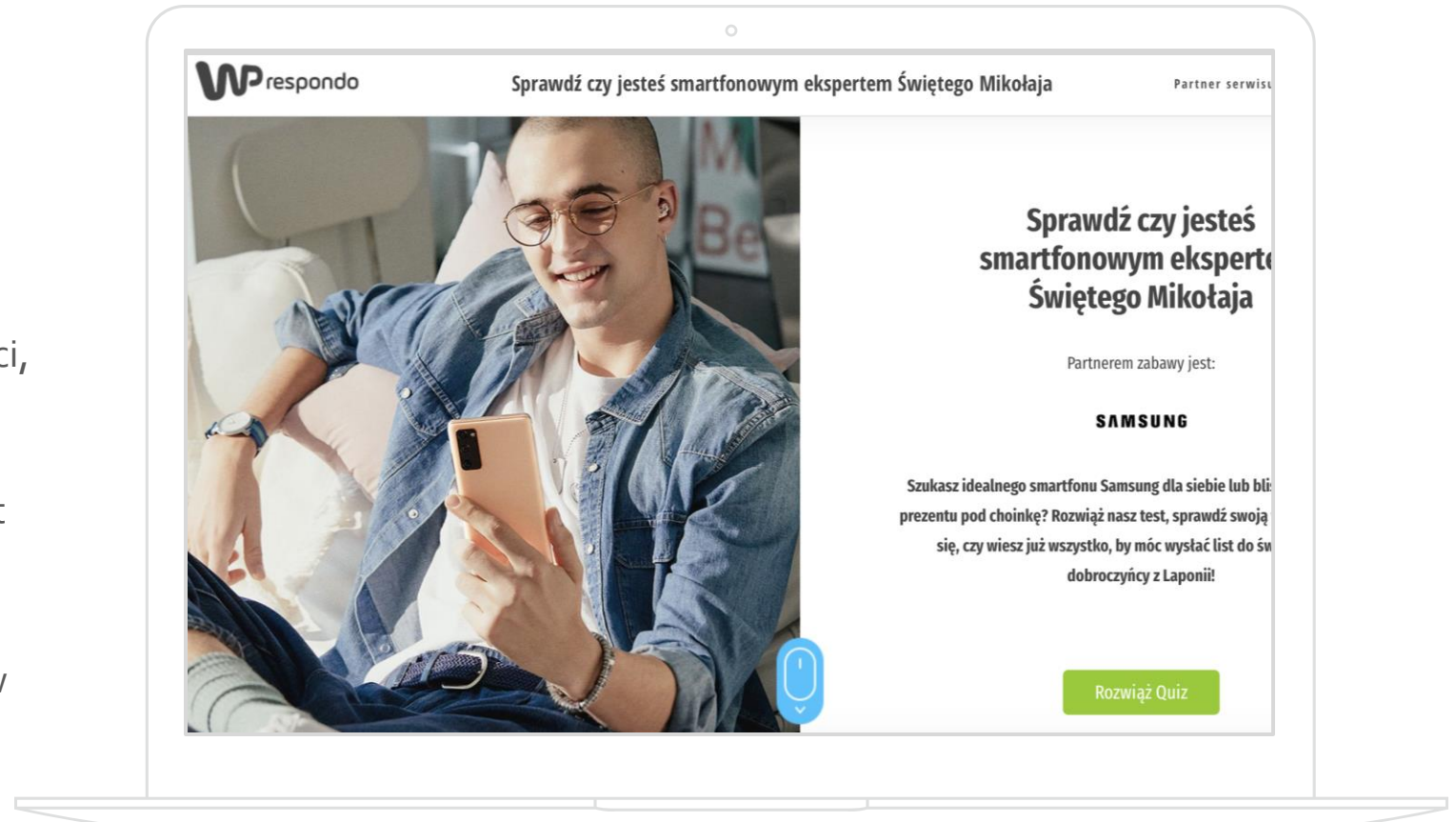
## OPIS PRODUKTU:

- | **WP Respondo** to treść w formie quizu przygotowana wspólnie z marką
- | Realizacje publikujemy w domenie respondo.wp.pl
- | Klienta prezentujemy jako partnera treści,
- | Lokowanie możliwe w treści pytań i odpowiedzi, a także na zdjęciach
- | Wykorzystujemy różne typy quizów: test wiedzy, psychotest

## KORZYŚCI:

- | Format quizowy angażuje użytkowników
- | Quiz może służyć do tworzenia grup do kampanii big data

**ZASIĘG: 15 000 UU**



**Przykładowa realizacja**

# Listownik

## OPIS PRODUKTU:

- | **Listownik** to treść natywna w postaci numerowanej listy, którą zaprojektowaliśmy z myślą o użytkownikach mobile
- | Produkt bądź lokowanie jest jednym z punktów na liście
- | W treści możemy umieścić też boksy produktowe

## KORZYŚCI:

- | Zaprojektowany z myślą o mobile: szczególnie dobrze prezentuje się właśnie w tym formacie
- | Rozliczenie na podstawie dotarcia do użytkowników mobile

**ZASIĘG: 15 000 UU 100% mobile**



[Przykładowa realizacja](#)



# Scrollytelling

## OPIS PRODUKTU:

- | To interaktywny format jednostronicowy złożony z **4 treści natywnych**
- | Pokazujemy to, czego nie da się opisać samymi słowami i zanurzamy użytkownika w prezentowanej opowieści
- | Wszystko za dotknięciem gładzika lub kółka myszy
- | Produkt lub usługa klienta jest siłą napędową opowiadanej historii

## KORZYŚCI:

- | Atrakcyjna, szyta na miarę oprawa zwiększa zaangażowanie użytkownika

ZASIĘG: 40 000 UU



Przykładowa realizacja

# LongForm

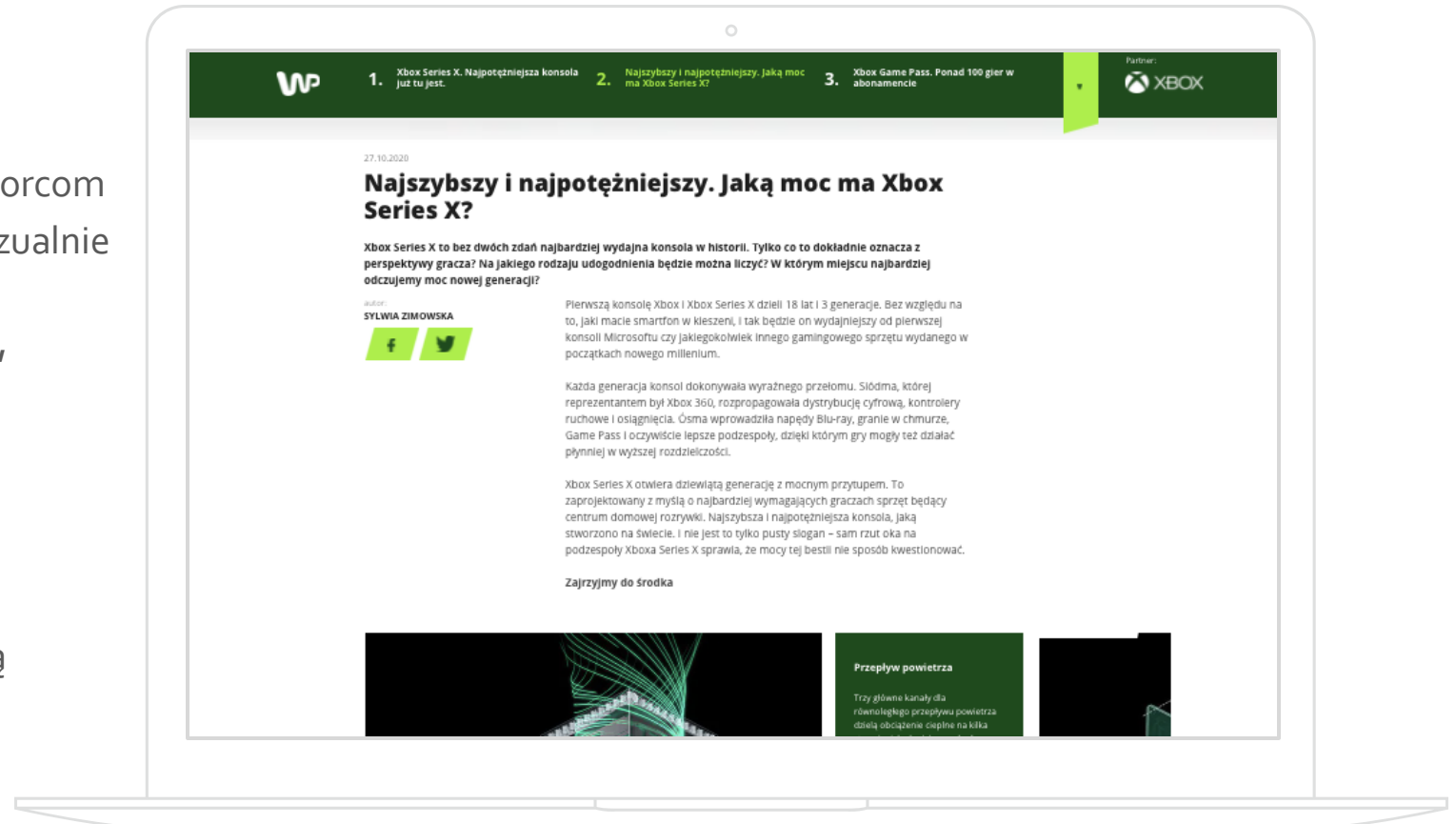
## OPIS PRODUKTU:

- | **LongForm** doskonale prezentuje dłuższe historie, które marki chcą przekazać odbiorcom
- | Robi to w nieszablonowy i angażujący wizualnie sposób.
- | Zawiera elementy interaktywne – galerie, hotpointy, slidery i inne
- | Przestrzeń jednostronicowa – użytkownik przechodzi przez **8 - 10 artykułów** bez potrzeby kliknięcia

## KORZYŚCI:

- | Rozbudowane funkcjonalności zwiększają zaangażowanie użytkowników
- | Gwarancja śr. czasu / UU spędzonego na stronie: **1 min 30 sek**

**ZASIĘG: 120 000 UU**



**Przykładowa realizacja**

# StoryTime



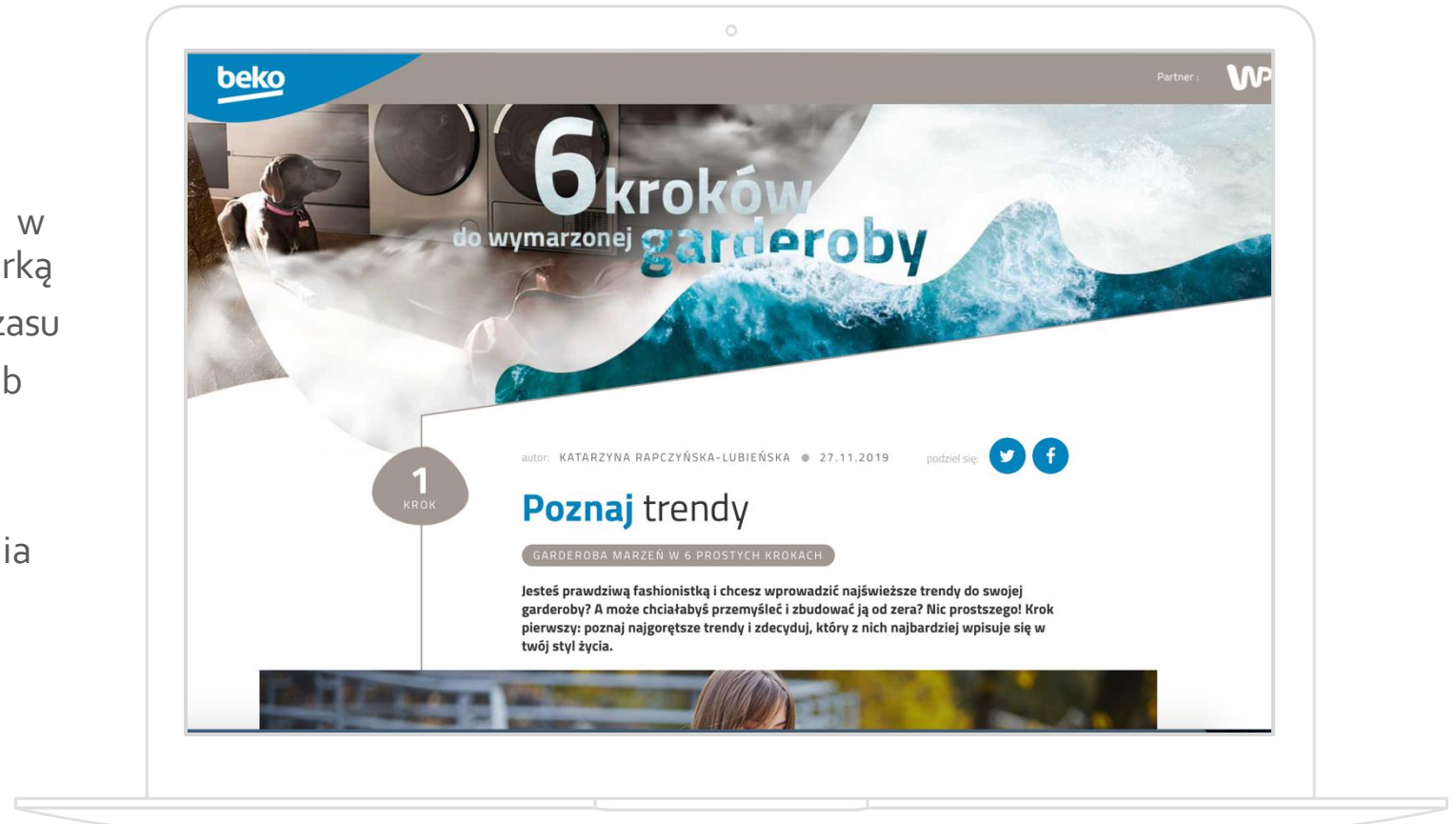
## OPIS PRODUKTU:

- | **StoryTime** to nowy, oryginalny sposób, w jaki pokazujemy historię związaną z marką
- | **5 treści natywnych** układamy na linii czasu
- | Pokazujemy historię marki, produktu lub procesy ważne dla użytkownika

## KORZYŚCI:

- | **StoryTime** daje możliwość opowiedzenia historii związanej z marką w czytelny i atrakcyjny wizualnie sposób

**ZASIĘG: 100 000 UU**



## Przykładowa realizacja

# Strefa marki

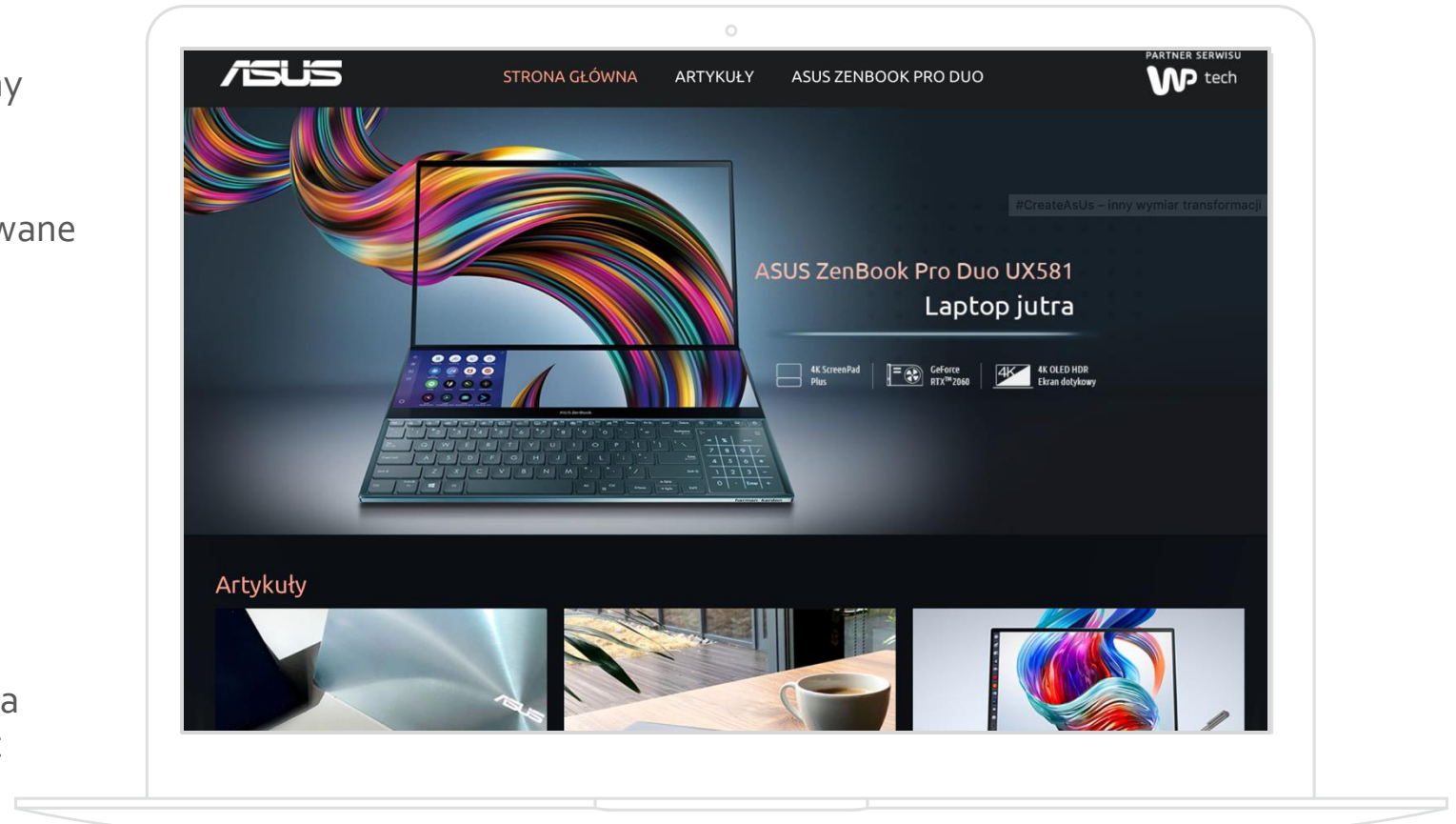
## OPIS PRODUKTU:

- | To dedykowane miejsce w ramach domeny WP, które tworzymy w partnerstwie z wybranym serwisem
- | Publikujemy tu treści natywne i sponsorowane marki
- | Strefa marki może być dostosowywana i skalowana zgodnie z założeniami kampanii
- | Zawiera elementy interaktywne – galerie, hotpointy, slidery i inne

## KORZYŚCI:

- | Możliwa gwarancja średniego czasu spędzonego przy treściach
- | Duża elastyczność strefy marki pozwala za każdym razem stworzyć unikalny produkt

**ZASIĘG:** od 100 000 UU



**Przykładowa realizacja**

# Original Series: Sprawdzam



## OPIS PRODUKTU:

- | To test w formie wideo, w którym przyciągamy odbiorców merytoryczną i rzetelną treścią
- | W materiale wybrany prowadzący testuje produkt klienta przez kilka dni, a następnie podsumowują test i dzielą się swoimi przemyśleniami z widzami
- | Wideo możemy umieścić w treści podsumowującej test

## KORZYŚCI:

- | Dzięki takiej formie ekspozycji produktu, mamy możliwość przekonać widzów do zakupu.

## ZASIĘG:

- | **400 000** rozpoczętych streamów
- | **10 000 UU** na treści podsumowującej



Przykładowa realizacja



WP  
tech

WP  
gadżetomania

dobreprogramy

WP  
fotoblogia

WP  
komórkomania

 Polygama.pl

# Wirtualne eventy

# Dlaczego warto?



## Dostępność

Dotrzesz do użytkownika niezależnie od tego, gdzie w danej przebywa. Tym samym zwiększysz liczbę uczestników eventu



## Zaoszczędzisz pieniądze

Koszt wirtualnego eventu jest mniejszy niż w przypadku tradycyjnego eventu



## Zaoszczędzisz czas

Organizację wirtualnego eventu bierzemy na siebie



## Zaangażujesz odbiorców

Podczas webinaru znika bariera psychologiczna i publiczność chętniej zadaje pytania



## Ekspresowy feedback

Podczas wirtualnego eventu użytkownicy na bieżąco dzielą się swoją opinią



## Zmierzysz efekty

Analizowanie informacji o odbiorcach jest łatwiejsze i szybsze online



# Webinar w platformie Clickmeeting

## OPIS PRODUKTU:

- | Produkcja webinaru w przestrzeni **WP Klubu**. Z gośćmi łączymy się poprzez Skype (z uwagi na reżim sanitarny)
- | Uczestnicy webinaru łączą się poprzez platformę Clickmeeting i mogą brać w nim udział na żywo (np. zadawać pytania)
- | Promocja formularza z zapisami
- | Publikacja i promocja wydarzenia na FB (wybrany serwis)
- | Publikacja artykułu natywnego z playerem po zakończonym webinarze
- | Redystrybucja materiału w wybranych serwisach WP.

## KORZYŚCI:

- | Szerokie dotarcie z przekazem zaangażowanie użytkowników poprzez zapisy

## ZASIĘG:

- | **250 000 rozpoczętych streamów wideo**
- | **Ok. 300 zapisów na webinar** (estymacja)



## Przykładowa realizacja



# Wirtualna debata

## OPIS PRODUKTU:

- | Realizacja z wyprzedzeniem – debata nie jest emitowana na żywo
- | Maksymalna liczba uczestników: **4 gości i prowadzący**
- | Debatę emitujemy na SG WP i na Facebooku
- | Debata jest podsumowana artykułem natywnym z playerem wideo

## KORZYŚCI:

- | Możliwość zaprezentowania istotnego tematu społecznego na przestrzeniach największego wydawcy w Polsce
- | Szeroki zasięg

## ZASIĘG:

- | **450 000 rozpoczętych streamów wideo**
- | **10 000 UU na artykule natywnym**



Przykładowa realizacja

# Webcast



## OPIS PRODUKTU:

- | Rozmowa z ekspertem na wybrany temat
- | Ekspert może zostać wskazany przez Klienta
- | Webcast przygotowywany jest z wyprzedzeniem
- | Emisja na SG WP oraz redystrybucja w serwisach tematycznych
- | Dodatkowy artykuł natywny z playerem wideo

## KORZYŚCI:

- | Atrakcyjna forma lokowania marki
- | Szeroki zasięg

## ZASIĘG:

- | 450 000 rozpoczętych streamów wideo
- | 10 000 UU na artykule natywnym



Przykładowa realizacja

# Transmisja z eventu Klienta



## OPIS PRODUKTU:

- | Dystrybucja sygnału Klienta na przestrzeniach wydawniczych WP
- | Promocja transmisji odbywa się na SG WP (w górnej części strony – desktop)
- | Mobile: transmisja osadzona w artykule z promocją na SG WP

## KORZYŚCI:

- | Możliwość szerokiej prezentacji eventu Klienta
- | Gwarancja obecności: 1 godzina na SG WP

## ZASIĘG:

- | **250 000 rozpoczętych streamów wideo**






WP  
tech

WP  
gadżetomania

dobreprogramy

WP  
fotoblogia

WP  
komórkomania

 Polygama.pl

# Zapraszamy do współpracy!