

Live Shopping

w Wirtualnej Polsce

Live Shopping w W

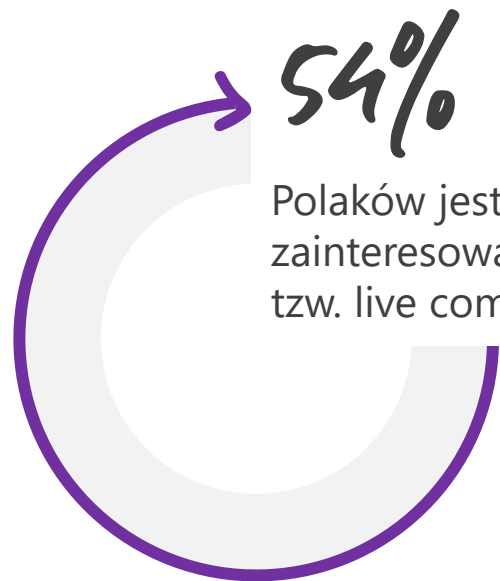
Live Shopping – trend, który narodził się w Azji

Live Shopping, jaki znamy z social mediów, rozkwitł w Azji. W Chinach ta forma sprzedaży odpowiada już za ok. 10% rynku e-commerce i w ciągu 4 lat może zwiększyć swój udział dwukrotnie.

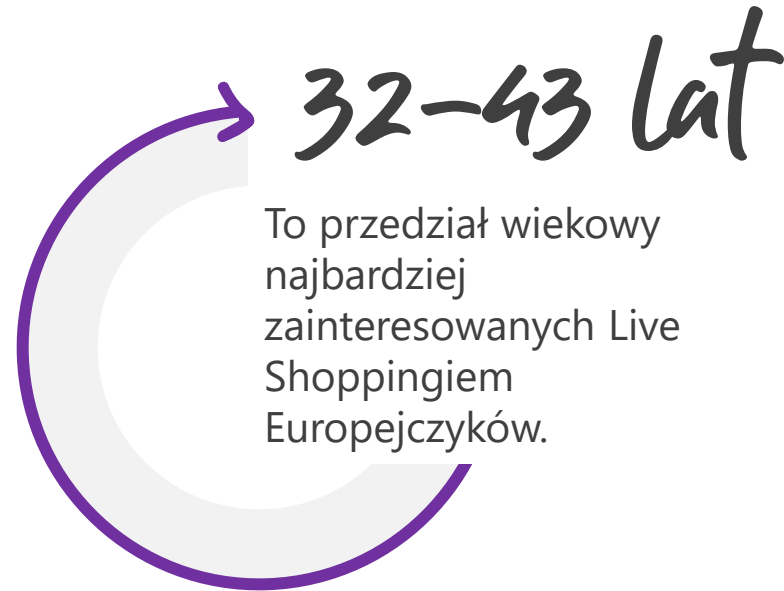
Najbardziej spektakularne przykłady sukcesu Live Shoppingu robią wrażenie, ale można mieć wątpliwości, czy przekładają się na nasz rynek.



Live Shopping w Europie – trend, który się rodzi



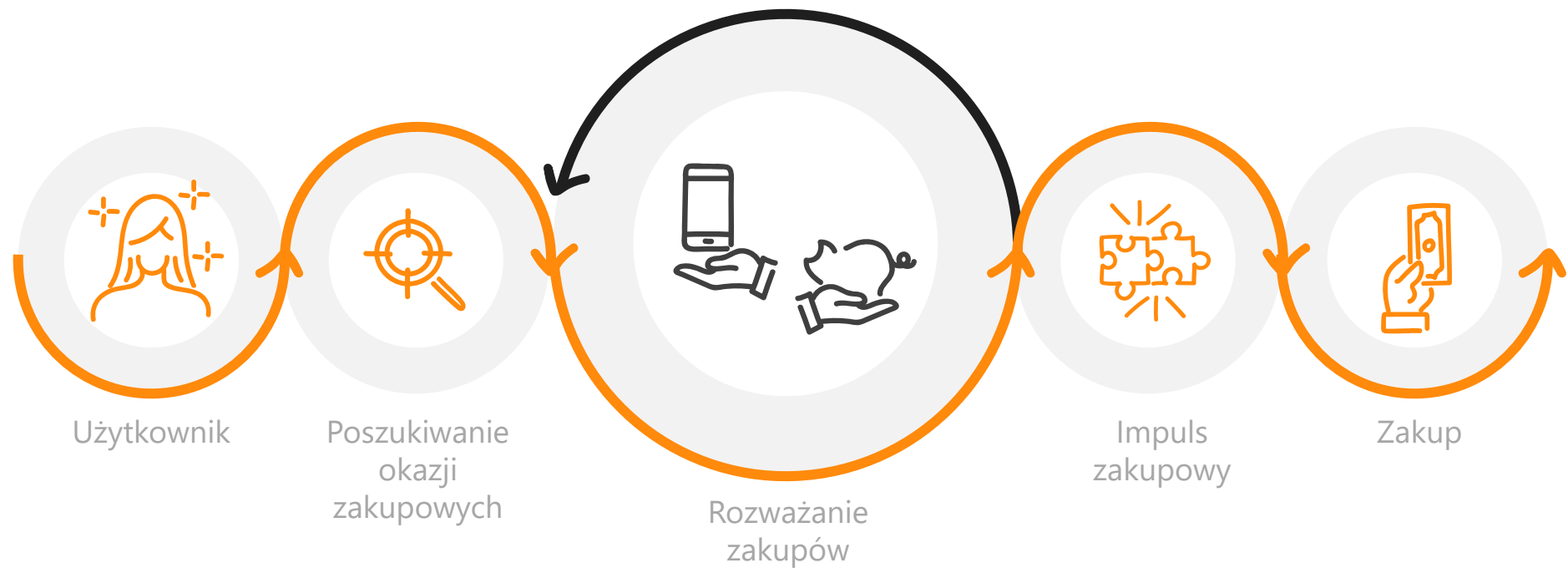
Polaków jest zainteresowanych tzw. live commercem.



To przedział wiekowy najbardziej zainteresowanych Live Shoppingiem Europejczyków.



Tradycyjna ścieżka zakupowa w sieci



Live Shopping kreuje kilkadziesiąt impulsów zakupowych w krótkim czasie



Dlaczego Live Shopping działa?



Do zakupów w sieci trzeba się przygotować. Tradycyjna ścieżka zakupowa wymaga czasu i zaangażowania.

Live Shopping jest jak sklep z zabawkami, z prezydentem w roli dobrze przygotowanego sprzedawcy. Zakupy są spontaniczne, a całe wydarzenie kojarzy się z zabawą.

Ścieżka zakupowa ulega skróceniu do kilku minut bądź w ogóle nie ma zastosowania.



W czasie Live Shoppingu możemy zadać prowadzącemu pytania lub słuchać jak odpowiada na pytania innych widzów.

Dialog buduje zaufanie i zaangażowanie. Teraz łatwiej uzasadnić nieplanowany zakup (tzw. impulse buy).



Zakupów dokonujemy w sprawdzonym sklepie internetowym i w sposób, który dobrze znamy.

Ostatecznie więc Live Shopping jest nowatorską formą prezentacji.

Sam zakup dokonywany jest w tradycyjny sposób. To buduje bezpieczeństwo i daje poczucie samodzielnego podjęcia decyzji zakupowej.

Dwa sposoby na Live Shopping



Tworzony zwykle przez influencerów, cechuje go zazwyczaj prostota produkcji. Jedna kamera, mała przestrzeń i tzw. vlogowy charakter.

Wymaga stałych, powtarzalnych działań. Przynosi sukces dopiero w dłuższej perspektywie.



Wirtualna Polska robi różnicę!

Nasze doświadczenie w produkcji wideo wpływa na jakość Live Shoppingu. Kilkadziesiąt osób pracuje nad tym, aby prowadzący i ekspert mogli dać z siebie wszystko przez kilka godzin live'a.

To studyjna przestrzeń, wiele kamer i charakter zakupowego święta. To internetowe wydarzenie, które ma miejsce tu i teraz.



Jak wygląda Live Shopping w WP?

Mając za sobą pierwsze doświadczenia z Live Shoppingiem, oferujemy usługę elastyczną i dopasowaną do specyfiki produktów i potrzeb. Jednak główne założenia są wspólne dla każdego wariantu oferty.

- Prezentacja odbywa się na żywo w wybranym przez nas studiu.
- Live Shopping trwa od 1 do 3,5 godziny. W ten czas wliczone są przerwy.
- Gwarantujemy jednego lub dwoje prowadzących. Klient zawsze zapewnia eksperta w omawianej dziedzinie.
- Prowadzący odpowiadają na pytania oglądających Live Shopping i wchodzą z nimi w interakcje.
- Stream publikujemy na facebookowej stronie klienta, na facebookowej stronie dopasowanego serwisu WP, na dedykowanym landing page'u oraz na Stronie Głównej WP.
- Wokół Live Shoppingu powstaje szereg aktywności dodatkowych: wydarzenie na Facebooku, artykuły natywne, skróty wideo, moduł promujący na SG WP.

Zobacz skrót naszego pierwszego Live Shoppingu



[KLIKNIJ](#)

Osoba prowadząca

W Live Shoppingu ogromną rolę gra osoba prowadząca.

To dzięki niej prezentacja produktów staje się zabawą, opowieścią, fascynującą podróżą.

To ona kreuje kilkadziesiąt impulsów zakupowych w ciągu kilku godzin.

Takie wydarzenie wymaga ogromnego doświadczenia kamerowego, niezachwianej pewności siebie i perfekcyjnego przygotowania.

Produkcja Live Shoppingu w WP to gwarancja dobrze dobranych prowadzących z doświadczeniem w prowadzeniu wielogodzinnych live'ów.



Bart Dobrowolski

- Mentor, doradca i konsultant technologiczny w innowacyjnych projektach branży nieruchomości i finansów. Założyciel organizacji Proptech Poland, członek zarządu RICS Polska. Entuzjasta nowych technologii. Opowiada o innowacjach, budowaniu realnych wartości rozwiązań technologicznych, projektowaniu pozytywnego user experience, a także efektywnej komunikacji produktowej i sprzedaży. Certyfikowany trener biznesu.
- Prywatnie niezwykle entuzjastycznie nastawiony do życia człowiek!
- Zobacz jak Bart poprowadził nasz pierwszy Liveshopping.



Ewa Tułacz

- Z branżą wideo związana już od ponad 15 lat. W pracy przed kamerą lubi szybsze bicie serca, szczególnie podczas realizacji programów na żywo. Pracę przy tworzeniu materiałów video traktuje jak prawdziwą przygodę, do której chciałaby zaprosić również klientów komercyjnych.
- Mimo długiego doświadczenia reporterskiego wciąż ma w sobie świeżość i chęć odkrywania tego, co nowe.
- [Przykładowa realizacja z Ewą.](#)



Skuteczny Live Shopping wymaga zaangażowania dwóch stron



Sprawną komunikacją z Project Managerem i responsywność to podstawa przy tak złożonym projekcie. O czym jeszcze należy pamiętać?

- Klient musi dysponować liczbą różnorodnych produktów, która jest w stanie wypełnić całe show.
- Wyboru produktów należy dokonać już w pierwszych dniach produkcji. Od tego zależy scenariusz wydarzenia.
- Produkty należy dostarczyć na plan na dzień przed Live Shoppingiem i odebrać po zakończeniu nagrań.*
- Klient zapewnia specjalistów / influencerów ze swojej strony i pokrywa koszty ich udziału w nagraniu i w próbie.
- Ekspert powinien mieć doświadczenie w wystąpieniach publicznych lub przed kamerą.

*w zależności od klienta i gabarytów produktów może to ulec zmianie

Promocyjne oferty to mus!



- Aby najskuteczniej zachęcić widzów do zakupów w czasie streamu, rekomendujemy, by wszystkie prezentowane produkty były atrakcyjne cenowo.
- Część widzów na pewno porówna prezentowane produkty pod kątem ceny np. w wyszukiwarce.
- Niższe ceny oraz kody powinny być aktualne minimum przez cały dzień.
- Show będzie promowany po zakończeniu jeszcze przez 7 dni. Jeśli utrzymamy promocję również na ten okres, będzie to dodatkowa wartość dla użytkowników.
- Oczywiście asortyment produktów w obniżonych cenach może być ograniczony. Prowadzący będzie o tym informować w trakcie programu.

Konkursy i aktywacje

Live Shopping to interakcja, ale same pytania od publiczności to nie wszystko. Publiczność trzeba animować, a znakomitym sposobem są np. aktywacje, które przygotowujemy wspólnie z klientem. Za określony pułap polubień, udostępnień streamu czy komentarzy, możemy oglądającym zaproponować:

- Prezentację konkretnego produktu w specjalnej cenie.
- Specjalną recenzję wybranego produktu przez influencera powiązanego z klientem.
- Przedłużenie czasu trwania promocji.
- Prezentację całkiem nowego segmentu-niespodzianki.

W czasie trwania live shoppingu możemy również zapowiedzieć konkurs, który nie jest powiązany z zakupami ale wzmocni wrażenie atrakcyjności tego dnia.

Dodatkowe aktywności i konkursy wyceniamy osobno.



Gdzie obejrzysz Live Shopping?

Nie narzucamy użytkownikowi jednego miejsca, w którym ma oglądać stream.

- Live Shopping będzie udostępniony na stronie facebookowej wybranego serwisu WP.
- Duplikat z osobnym czatem będzie również obecny na stronie facebookowej klienta.
- W Wirtualnej Polsce Live Shopping udostępniemy na Stronie Głównej oraz na dedykowanym landing page'u.

Dzięki temu maksymalizujemy dotarcie, a użytkownik wybiera najwygodniejszy dla niego sposób oglądania i interakcji.



Siła social mediów

Live Shopping wywodzi się z mediów społecznościowych.

To właśnie element interakcji z użytkownikami, który jest naturalny w sieci, odróżnia Live Shopping od telezakupów.

Dlatego duży nacisk kładziemy na ten aspekt naszego wydarzenia. Na co zwrócić uwagę?

- 1 Dużą wartością dodaną będzie dobrze rozwinięty profil klienta na Facebooku.
- 2 Stream będzie widoczny na Facebooku na dwóch profilach (WP i klienta).
- 3 Oddzielne czaty będą dostępne dla użytkowników obu profili. Oba monitorujemy, animujemy i publikujemy w nich linki do promowanych produktów





Nice to have

Jeśli na własnych profilach społecznościowych możesz swoich obserwujących poinformować o nadchodzącym wydarzeniu, będzie to na pewno dodatkowym bonusem.

Twoi followersi oczekują, że w zamian za polubienie lub subskrypcję kanału, będą jako pierwsi informowani o promocjach lub po prostu otrzymają ciekawe materiały zza kulis. Oto możliwe scenariusze:

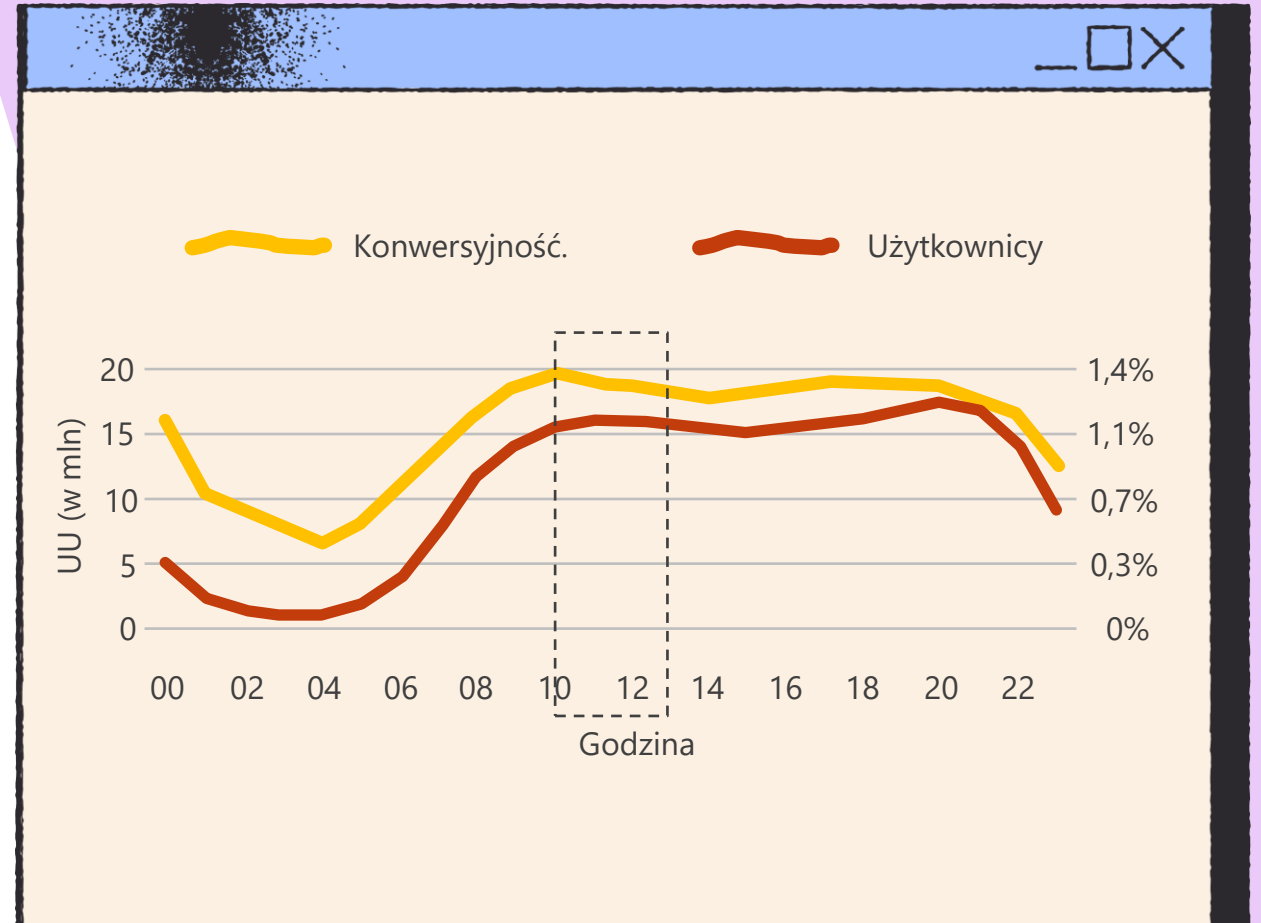
1. Na ok. tydzień przed startem poinformuj o zbliżającym się wydarzeniu.
2. Dzień przed livestreamem opublikuj zdjęcie lub krótkie stories z próby.
3. Rano, przed rozpoczęciem streamu, przypomnij się jeszcze jeden raz - za chwilę zaczynamy show!

Prezentujemy w czasie najlepszych konwersji

Z danych zebranych w pierwszej połowie 2021 roku z kampanii realizowanych w WP dla liderów branży RTV AGD wynika, że:

Najwyższa aktywność zakupowa użytkowników przypada w godzinach 10-13 oraz 18-21.*

- Wtedy obserwujemy największy przypływ użytkowników do e-sklepów (linia czerwona) oraz najwyższy wskaźnik konwersji (linia żółta).
- Godziny poranne charakteryzują się jednak lepszą konwersyjnością.
- Uwaga! Live Shopping jest możliwy tylko w dni robocze!



*Dane własne WP dla branży RTV AGD.

** Przeprowadzenie transmisyji w innych godzinach wymaga konsultacji indywidualnej.

Nasz Landing Page

Landing Page tworzymy dla użytkowników Wirtualnej Polski, których zainteresuje promocja wydarzenia, artykułów czy stream widoczny na Stronie Głównej WP.

Na stronie zobaczymy:

1. Grafikę otwierającą - banner.
2. Stream wideo z zachętą do komentowania na Facebooku.
3. Boksy produktowe prezentujące wybrane produkty z oferty klienta.
4. Artykuły natywne, w których również zaprezentujemy wybrane produkty klienta.

WP PARTNER SERWISU KLIENT

ELEKTRONICZNE OKAZJE

SPECJALNE RABATY DLA OGLĄDAJĄCYCH NA ŻYWO!

LIVE
28 WRZEŚNIA 2022
10-13.30

Zadaj pytanie prowadzącym na naszym fanpage'u!
WCHODZĘ W TO!

SPRAWDŹ SPRAWDŹ SPRAWDŹ SPRAWDŹ SPRAWDŹ SPRAWDŹ

Flagowce vs budżetowce
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam.

Smartwatch na każdą okazję
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam.

Impreza w plenerze
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam.

Smart home dla początkujących
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam.

Na zdrowie!
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam.

DOBIERZMI DOBIERZMI DOBIERZMI DOBIERZMI DOBIERZMI DOBIERZMI

WP PARTNER SERWISU KLIENT

WP PARTNER SERWISU KLIENT

ELEKTRONICZNE OKAZJE

SPECJALNE RABATY DLA OGLĄDAJĄCYCH NA ŻYWO!

LIVE
28 WRZEŚNIA 2022
10-13.30

Zadaj pytanie prowadzącym na naszym fanpage'u!
WCHODZĘ W TO!

SPRAWDŹ SPRAWDŹ

Flagowce vs budżetowce
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam.

Smartwatch na każdą okazję
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam.

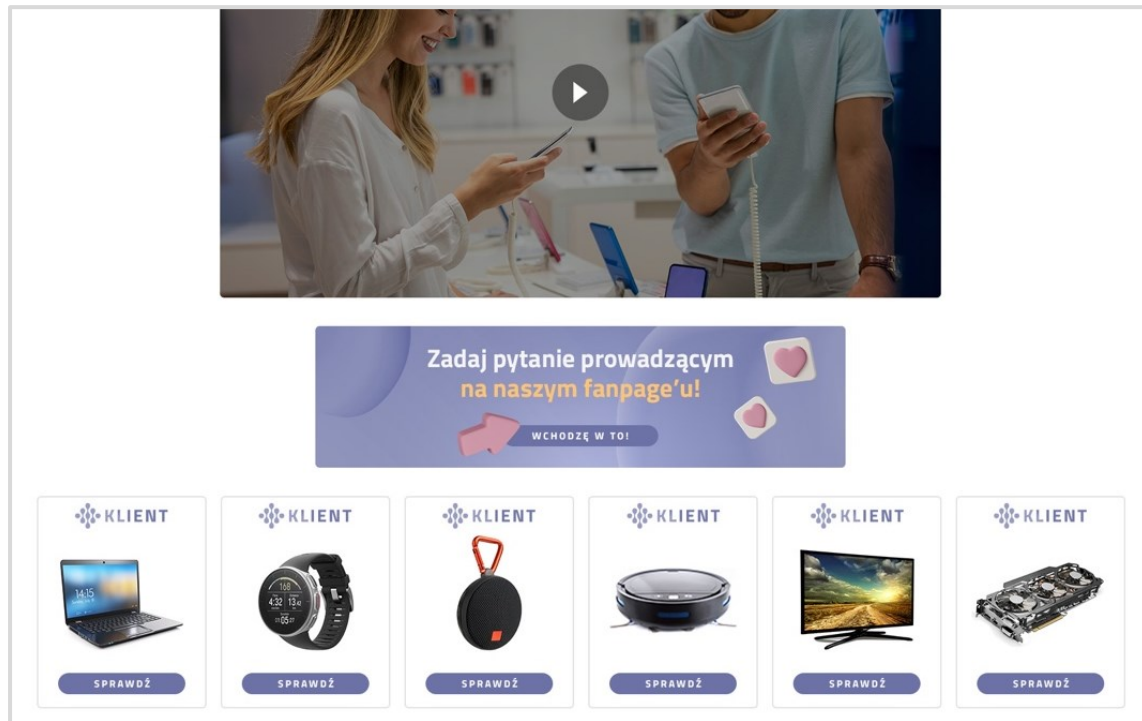
DOBIERZMI DOBIERZMI

WP PARTNER SERWISU KLIENT

Jak przeklikać się do sklepu?

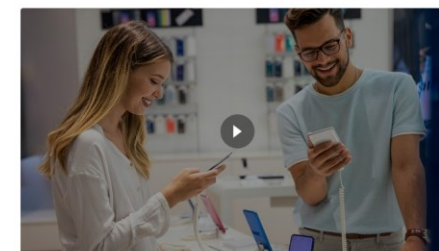
Dokładamy starań, aby użytkownik mógł bez trudu odnaleźć prezentowane produkty w sklepie klienta.

- Na stronie głównej landing page'a i stronach artykułów umieścimy aż 6 boksów produktowych.
- Razem z klientem wybierzemy kilka najciekawszych produktów do pokazania w boksach.
- W artykułach opisujących poszczególne bloki boksy produktowe mogą prezentować produkty z pasującej kategorii.
- Uwaga! Z uwagi na ograniczoną przestrzeń na mobile widoczne będą 2 boksy.
- Na Facebooku moderator będzie dodawać linki do prezentowanych produktów.

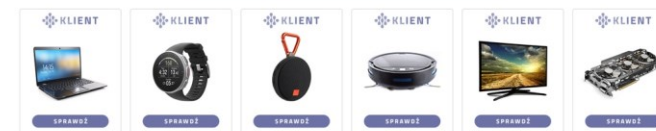


Artykuły natywne budują storytelling

- Doskonałym wsparciem storytellingu w naszej akcji mogą być **artykuły natywne** opublikowane na Landing Page'u.
- Artykuły tematycznie współgrają z segmentami Live Shoppingu.
- Treści do 3500 znaków mogą zawierać podsumowanie zalet wybranych produktów czy galerię ich zdjęć - poszerzają wiedzę na ich temat.
- Na szczycie każdej strony artykułowej znajdzie się, tak jak na stronie głównej Live Shoppingu, embed streamu oraz boksy produktowe.
- Dzięki temu odwiedzający naszą stronę użytkownicy dostaną dodatkową garść najważniejszych informacji o prezentowanych produktach.
- Artykuły natywne wypromujemy w dniu wydarzenia, a także po jego zakończeniu - na Stronie Głównej WP, stronach głównych serwisów dopasowanych tematycznie oraz stronach FB tych serwisów.



Zadaj pytanie prowadzącym na naszym fanpage'u!
WCHODZ W TO!



Wybierz format

- Podstawowy
- Rozszerzony



Kluczowe różnice między formatami Live Shoppingu



Dla klientów z jedną linią produktową

- Do 1,5 godziny trwania
- Jeden blok tematyczny
- Minimalistyczne studio, jedna przestrzeń
 - Jedna osoba prowadząca
- Prosta i personalizowana szata graficzna
 - Jeden podkład dźwiękowy w tle
- 3 artykuły natywne na Landing Page'u
 - Referencja zewnętrzna: kliknij



Dla klientów z większym apetytem i różnorodnym portfolio produktowym

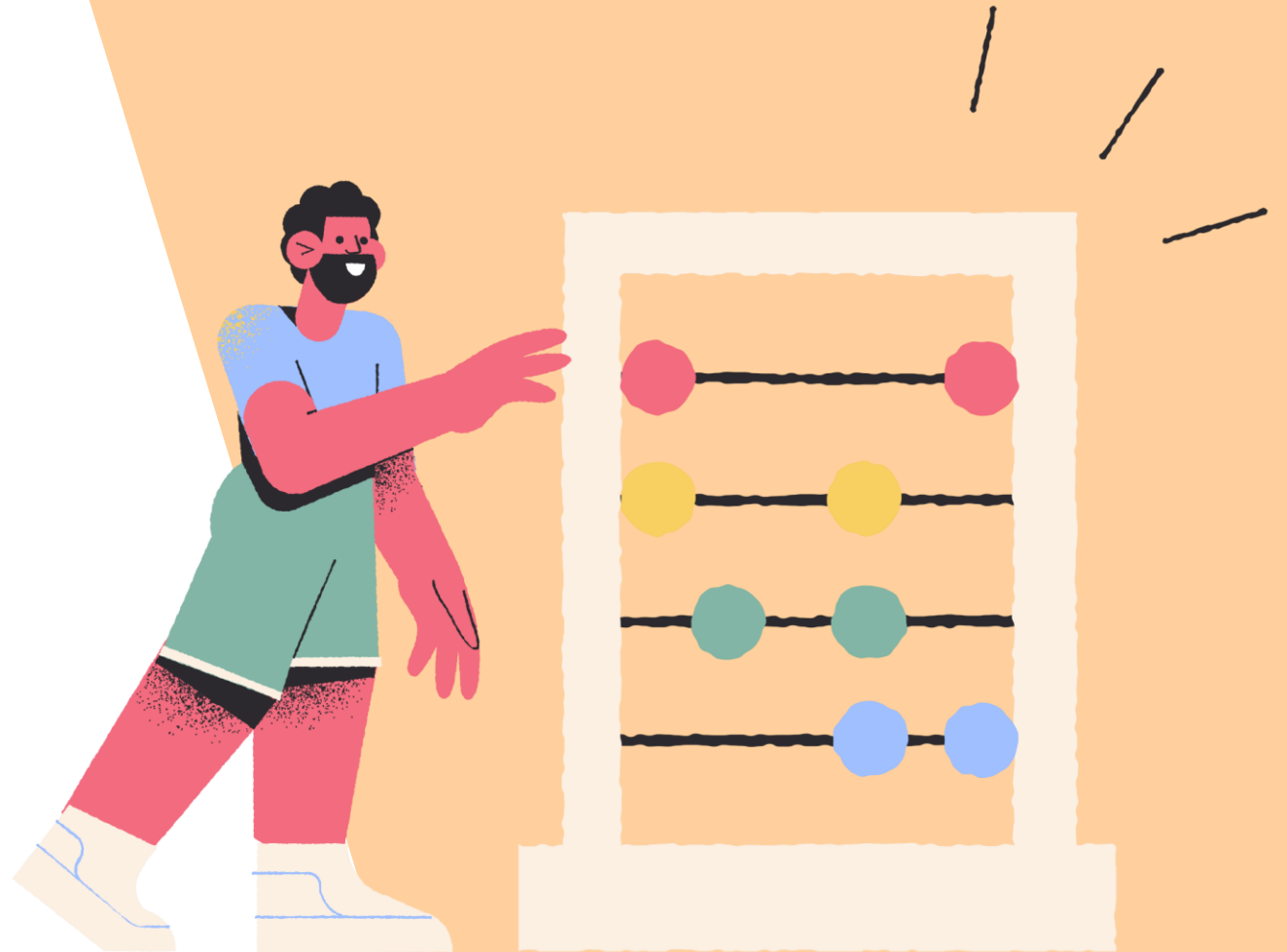
- Do 3,5 godziny trwania
- Kilka bloków tematycznych
- Duże studio, podział na mniejsze przestrzenie
- Jedna lub dwie osoby prowadzące
- Rozwinięta i personalizowana szata graficzna
- Kilka różnych podkładów dźwiękowych w tle
 - 5 artykułów na Landing Page'u
- Referencja: Live Shopping Komputronik

Precyzyjna wycena

Live Shopping zawsze wymaga indywidualnego podejścia. Ofertę dostosujemy do potrzeb klienta. Zmianie mogą ulec:

- Oprawa graficzna zmieniona na bardziej zaawansowaną.
- Lokacja wydarzenia zmieniona na inną (dopuszczamy możliwość transmisji z lokacji klienta).
- Scenografia zmieniona na bardziej zaawansowaną (meble, światło efektowe, kolor ścian, dodatki, itp.).
- Dodatkowa osoba, np. model/ka, który/a przymierzy prezentowaną odzież.
- Dodatkowe kamery i oświetlenie.
- Dodatkowe, niestandardowe aktywacje.

Razem z powyższym zmienić może się również wycena. Live Shopping zawsze wyceniamy indywidualnie.



W każdym wariancie gwarantujemy:

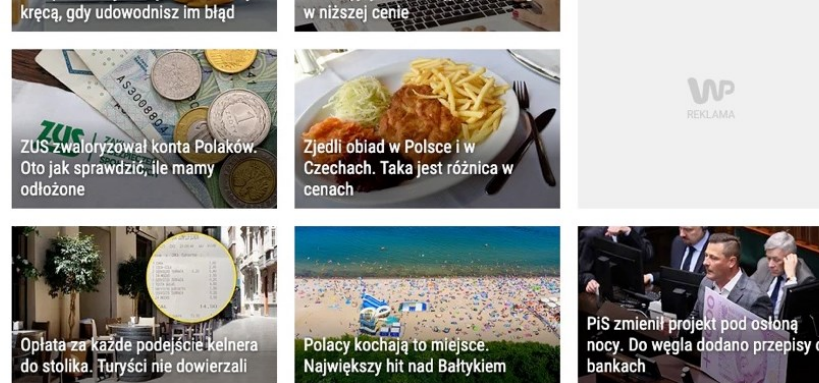
- Przygotowanie scenariusza Live Shoppingu w porozumieniu z klientem.
- Wybór osoby prowadzącej. Rekomendujemy Ewę Tułacz lub Barta Dobrowolskiego.
- Miejsce dla eksperta zapewnionego przez klienta. Udział eksperta jest obowiązkowy.
- Miejsce dla influencera zapewnionego przez klienta. Udział takich osób jest opcjonalny.
- Produkcję i transmisję na żywo programu o charakterze zakupowego show.
- Interakcję z widzami. Prowadzący nawiązuje do komentarzy widzów. Kwestię moderacji ustalamy z klientem.
- Produkcja landing page'a ze streamem na żywo, artykułami i boksami zakupowymi
- Dopasowaną do klienta nazwę wydarzenia i szatę graficzną.
- Promocję transmisji przed wydarzeniem i w czasie jego trwania.
- Promocję artykułów natywnych na SG WP, w dopasowanym serwisie i na Facebooku.
- Redystrybucja klipów wideo z najciekawszymi fragmentami show w przestrzeniach redakcyjnych dopasowanych tematycznie serwisów WP.
- Promocję show na Facebooku po zakończeniu transmisji.

Szczegóły promocji



Rich Media na Stronie Głównej Wirtualnej Polski

- W czasie trwania Live Shoppingu na Stronie Głównej zagości efektowna kreacja Rich Media ze streamem i boksami produktowymi.
- Umieścimy ją w miejscu boku WP Okazje.
- Zajawka będzie obecna w tym miejscu przez cały czas trwania show na urządzeniach desktop.
- Wizualizacja przykładowa. Projekt może ulec zmianie.
- Kreacja podlega osobnej rezerwacji terminu.



ELEKTRONICZNE OKAZJE

SPECJALNE RABATY DLA OGLĄDAJĄCYCH NA ŻYWO!

- KLIENT: Laptop - SPRAWDŹ
- KLIENT: Smartwatch - SPRAWDŹ
- KLIENT: Smart speaker - SPRAWDŹ
- KLIENT: Smart TV - SPRAWDŹ



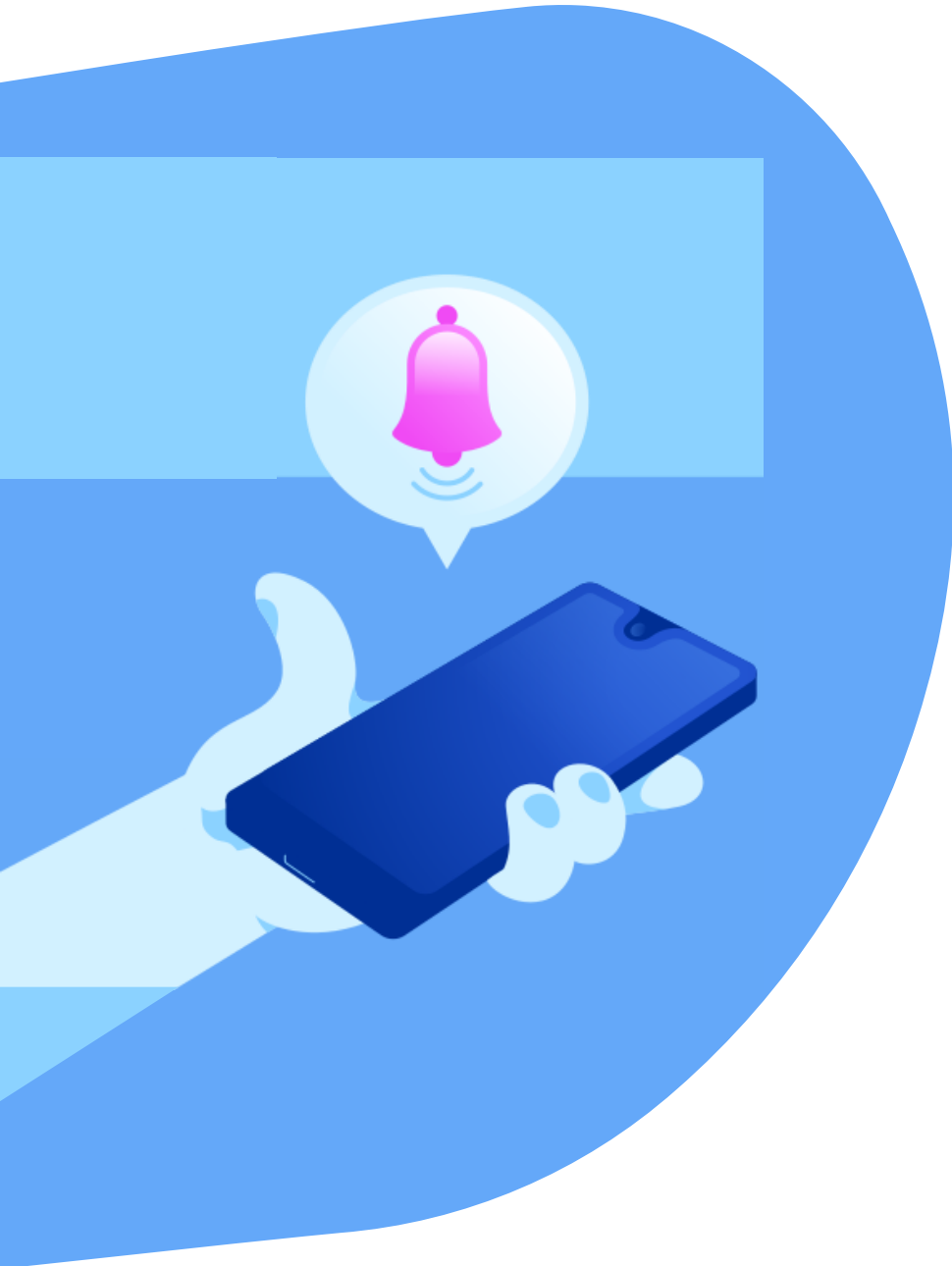
Moduł specjalny na Stronie Głównej Wirtualnej Polski

- W dniu transmisji promocję wzmocnimy również dzięki specjalnemu modułowi na SG WP. Będzie na niej obecny przez 24h nad sekcją Biznes (desktop + mobile).
- 3 zajawki kierują do artykułów natywnych umieszczonych na dedykowanej stronie Live Shoppingu.
- O treści zajawek decydują wydawcy WP.
- Logotyp klienta widoczny na belce (desktop) / nad pierwszą zajawką (mobile).
- Branding klienta widoczny pod belką (desktop) / pod pierwszą zajawką (mobile).
- Kreacja podlega osobnej rezerwacji terminu.

The screenshot displays a special module on the main page of Wirtualna Polska. It is divided into several sections:

- Sports News:** Three articles at the top: "Bramkarz Lecha zawałił. Oto co zrobił po meczu", "W samo sedno. Wpis Szostak wywołał duże poruszenie w sieci", and "Szejkwowie wykładają astronomiczną kwotę na Ronaldo".
- LIVE SHOPPING:** A banner for "ELEKTRONICZNE OKAZIE" on "28 WRZEŚNIA 2022 10-13.30 LIVE". It includes a "Partner: KLIENT" logo and a "SPRAWDŹ" button.
- Product Recommendations:** Three articles: "Najlepsze smartwatche dla aktywnych", "Flagowce kontra budżetowce. Jaki smartfon wybrać?", and "Gadżety do 200 zł. Nietypowe pomysły na prezent".
- Business News:** A blue bar with market data: "BIZNES WIG -0.44% WIG20 -0.87% USD 4.8221 -0.13% CHF 4.9269 +0.49% EUR 4.8399 +0.13%". Below it are three news items: "Jest bank w Polsce, który docenia przedsiębiorców", "Konta zagrożone. Klienci kolejnego banku dostają fałszywe wiadomości", and a list of news items including "Nowe oszustwo w Polsce. KNF ostrzega. Na...", "Polacy znaleźli najgorszy sposób na inflację. ...", "Tak wzrosną emerytury. Jest decyzja", "Polacy nie jeżdżą na szpagi? Prezes PIS uw...", "Jest wyrok TSUE. Kierowcy ustawią się po od...", "Gwałtowny wzrost wydobycia rosyjskiej ropy...", and "To nie jest SMS z banku. Nie daj się nabrać".

Promocja na Facebooku



Przed streamem:

- Live Shopping wypromujemy również na Facebooku.
- Na 2 tygodnie przed datą streamu stworzymy promujące transmisję wydarzenie.

Po streamie:

- Live Shopping wypromujemy także po zakończeniu transmisji.

Redystrybucja w dopasowanym serwisie

- Najciekawsze fragmenty show zmontujemy w kilka osobnych klipów*. Wypromujemy je w dopasowanym tematycznie serwisie WP.
- Promocja klipów odbędzie się w formie redystrybucji w artykułach redakcyjnych.
- Redystrybucja trwa 7 dni.
- Ważność kodów rabatowych w tym okresie będzie dodatkową wartością dla użytkownika.

Na razie nie wiadomo, czy realme wypuści podobne pokrowce do innych smartfonów. Z technicznego punktu widzenia nic nie stoi jednak na przeszkodzie.

Zobacz również: **Inteligentne okulary Sony**



Pierwszy z dodatków to **50-watowa** ładowarka magnetyczna **MagDart Charger** z aktywnym systemem chłodzenia. Po przyłączeniu jej do realme

*Ostateczna liczba klipów do ustalenia w trakcie realizacji, zależna od tematyki i przebiegu show.

Czas wdrożenia

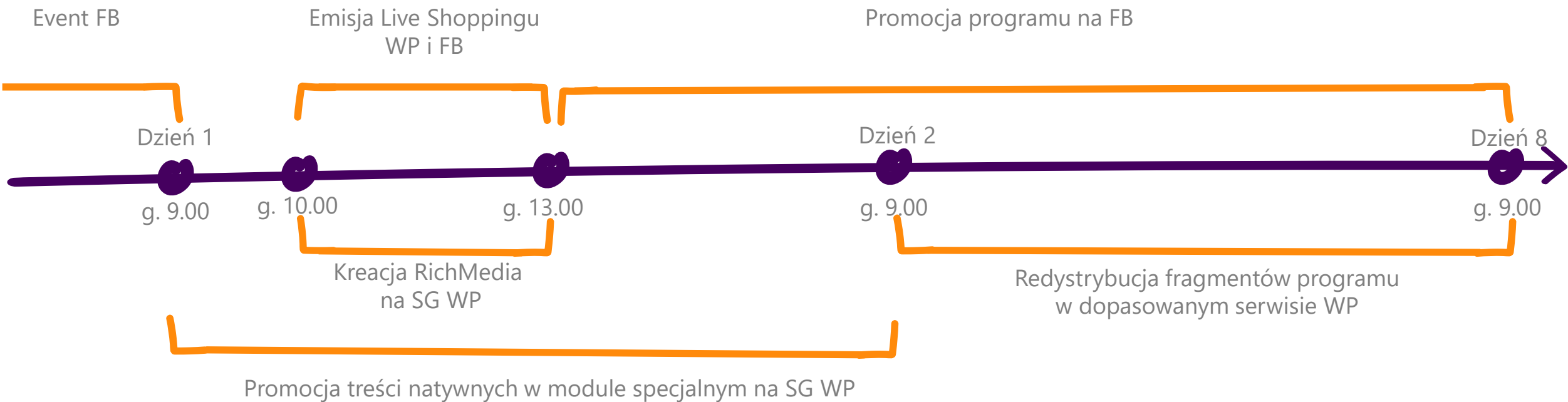
- LiveShopping jest formatem o dużej złożoności i wymaga zaangażowania dużego zespołu na długi czas.
- Pracami kierują project manager oraz project manager wideo.
- Na wielu etapach pracy będą komunikować się z klientem aby skonsultować lub potwierdzić najważniejsze kwestie.
- W swoim harmonogramie przewidujemy 2 dni robocze na odpowiedź klienta.
- Minimalny czas wdrożenia do produkcji wideo to 30 dni roboczych.
- Czas wdrożenia landing page'a to 20 dni roboczych.
- Ostateczny czas wdrożenia będzie zależał od sprawnej komunikacji.
- **Z tego powodu organizujemy jedno takie wydarzenie w miesiącu.**



Przykładowy harmonogram produkcji



Przykładowy harmonogram Live Shoppingu



Zapraszamy do współpracy

Zapamiętaj: Live Shopping kreuje kilkadziesiąt impulsów zakupowych w krótkim czasie

Biuro Reklamy Wirtualna Polska Media S.A. ul. Żwirki i Wigury 16, 02-092 Warszawa

www.reklama.wp.pl reklama@grupawp.pl

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

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