


# WP Insight

Poznaj opinię użytkowników  
Wirtualnej Polski

WP brand studio



# WP Insight

- | WP Insight to sposób, by poznać opinię użytkowników Wirtualnej Polski Media.
  - | Nie wymaga wysokich nakładów pracy, nie jest czasochłonny i oferujemy go w przystępnej cenie.
  - | Pozwoli ci szybko dowiedzieć się, jaka jest opinia użytkowników na wybrany przez siebie temat.
- 



# Dowody empiryczne zamiast intuicji

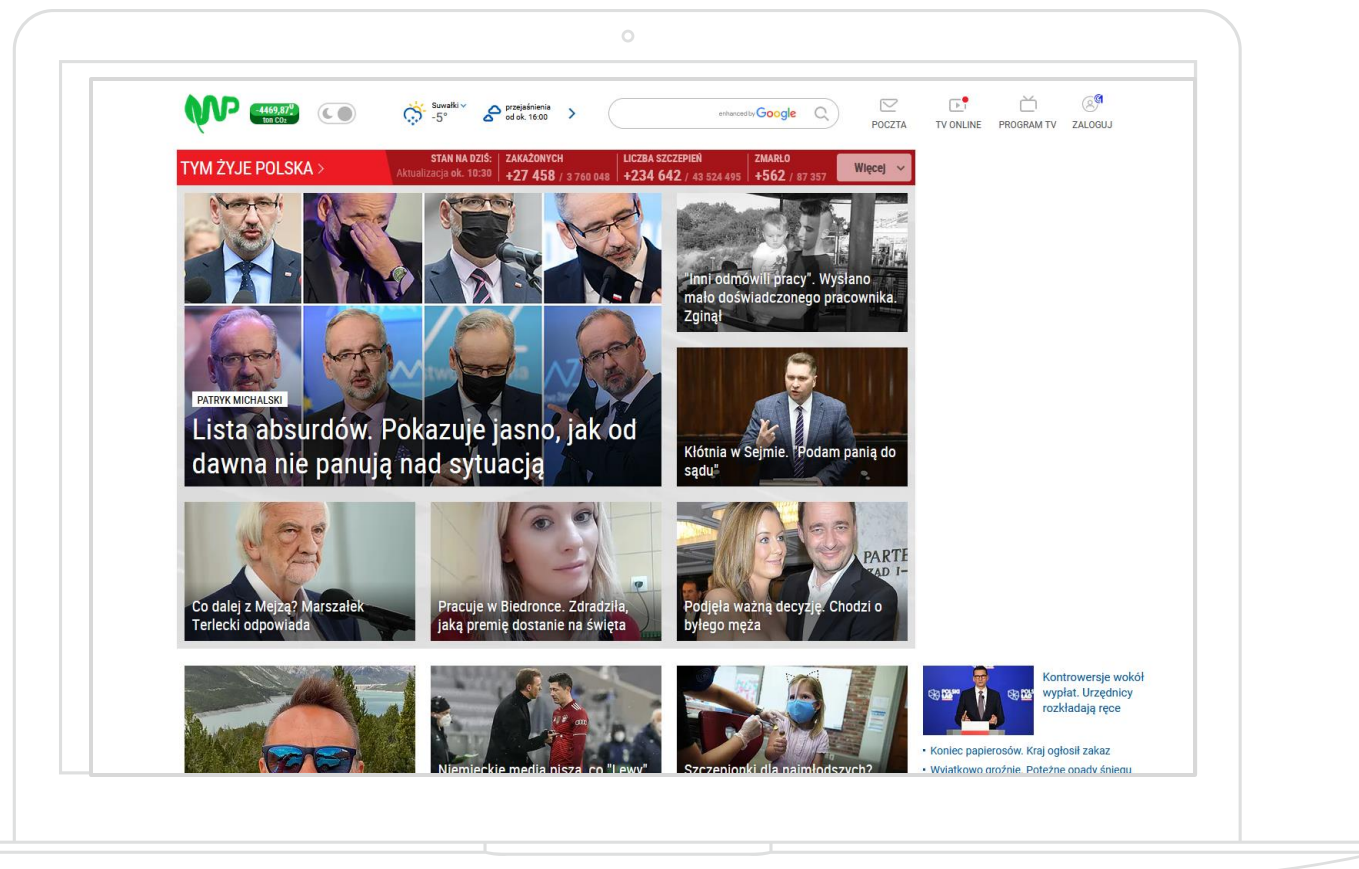
- | Data driven marketing opiera się na sposobie podejmowania decyzji, w którym główną rolę grają dane i dowody empiryczne zamiast intuicji\*.
- | By w pełni wykorzystać potencjał marketingu danych, powinieneś korzystać z różnych ich rodzajów.
- | WP Insight da ci możliwość zebrania danych pierwotnych – cennych dla lepszego poznania odbiorców.
- | Dane zbieramy za pośrednictwem narzędzia Typeform, które umożliwia tworzenie prostych, intuicyjnych i estetycznych ankiet.

\* Źródło: Źródło: <https://rockcontent.com/blog/data-marketing/>.



# Opinia użytkowników Strony Głównej WP odwiedzanej

- | Ankieta w ramach WP Insight wypromujemy na **Stronie Głównej WP**.
- | Strona Główna WP to miejsce, które zna każdy. Odwiedzana codziennie przez miliony Polaków, jest potężnym nośnikiem informacji.
- | W lutym Stronę Główną WP odwiedziło **11,3 mln RU\***. Liczba ludności Polski sięga **37,95 mln\*\***. Oznacza to, że Stronę Główną WP odwiedza praktycznie co trzeci Polak.

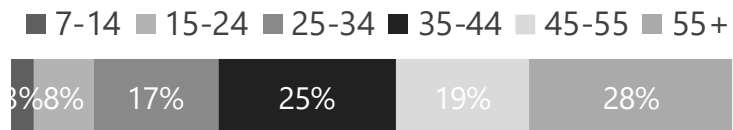


\*Źródło danych: Gemius, luty 2022.

\*\*Źródło: Bank Światowy.

# Strona Główna WP

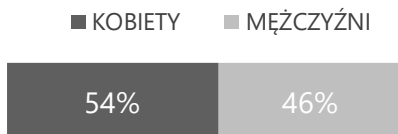
## Wiek



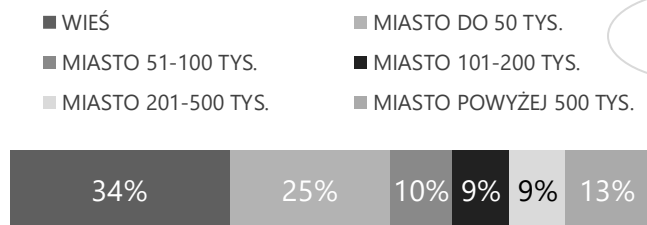
## Wykształcenie



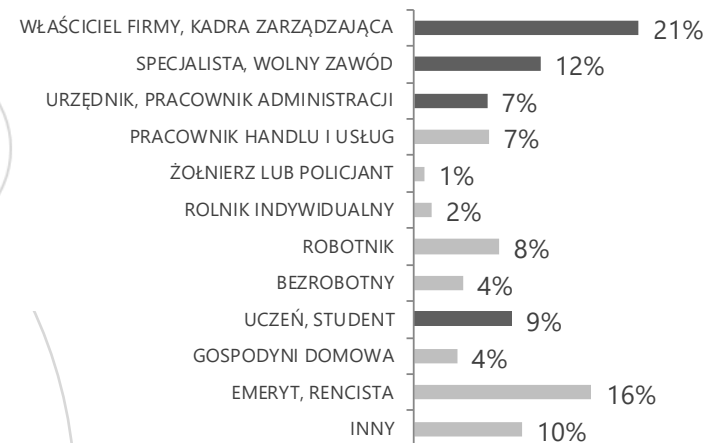
## Płeć



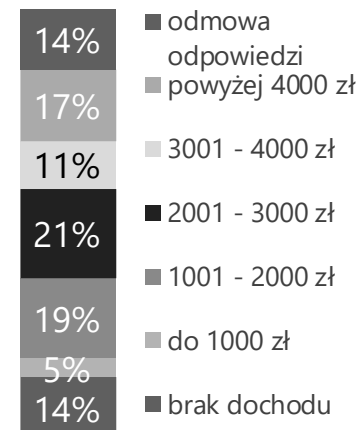
## Wielkość miejscowości



## Zawód



## Dochód





# Ankiety nastawione na interakcję

- | Typeform, narzędzie w którym tworzymy ankiety, to rozwiązanie przyjazne użytkownikom i zaprojektowane w duchu designu konwersacyjnego – nastawionego na interakcję z użytkownikiem.
- | Dzięki temu, że projekt Typeforma jest prosty, responsywny i zakłada różne warianty nawigacji, ankiety uzyskują lepsze wyniki.
- | Średni wskaźnik ukończenia Typeforma wynosi **57%\***.
- | Przez wskaźnik ukończenia rozumiemy odsetek osób, które wypełniły formularz (kliknęły/tapnęły w przycisk „prześlij” na końcu), w porównaniu z tymi, które otworzyły formularz.

3 → Jak wyglądałoby twoje ulubione śniadanie?

A Śniadanie w restauracji.

B Śniadanie na trawie.

C Śniadanie przy kuchni.

D Śniadanie w łóżku.

E Śniadanie w łóżku.

OK ✓

1\* Śniadanie to dla ciebie:

A Zupa mleczna.

B Porcja warzyw lub owoców.

C Bogate w dodatki musli.

D Kawa.

E Kanapki.

F Nie jem śniadań.

Powered by Typeform



# Na czym polega WP Insight?

- | WP Insight składa się z dwóch części: ankiety oraz artykułu wynikowego.
- | Najpierw ustalamy z klientem jasno określony cel i temat ankiety.
- | Określamy grupę docelową.
- | Przygotowujemy kwestionariusz (wstęp na temat ankiety oraz 6-8 pytań).
- | Promujemy ankietę do grupy docelowej z wykorzystaniem narzędzi performance.
- | Analizujemy wyniki.
- | Tworzymy treść na podstawie wyników i promujemy ją na Stronie Głównej WP, SG wybranego serwisu i Facebooku.
- | Klient otrzymuje podsumowanie akcji i rekomendację przyszłych działań w Wirtualnej Polsce Media.

# W czym ci pomoże WP Insight?



Stworzysz lub uzupełnisz bazę wiedzy na temat potencjalnych klientów.



Dowiesz się, jaka jest opinia użytkowników jednego z czołowych portali horyzontalnych w Polsce.



Skuteczniej zoptymalizujesz działania content marketingowe.



Zaserwujesz potencjalnym klientom lepiej dopasowane treści w przyszłych kampaniach w WPM.



Przeprowadzisz w WPM kampanię performance do użytkowników o profilu bazującym na wnioskach z ankiety.



Zwiększysz zaufanie użytkowników do swojej marki dzięki publikacji artykułu wynikowego podbudowanego danymi.



# Ankieta

- | Ankieta zawiera ok. 6–8 pytań.
- | Każde pytanie zawiera nie więcej niż 10 odpowiedzi.
- | Odpowiedzi na pytania przedstawiamy w różnych formach: tekstu, zdjęcia bądź ilustracji.
- | Używamy jak największej liczby pytań zamkniętych.
- | Ankiety publikujemy w formie pełnoekranowej pod adresem: <http://insight.wp.pl/klient>.
- | W górnej części strony umieszczamy belkę z logotypem klienta i informacją, że jest on partnerem ankiety.
- | Zobacz przykładową ankietę:  
<https://insight.wp.pl/fisherprice>

**WP** partner serwisu **fisher-price**

**Ankieta po webinarze Fisher-Price**

Twoje zdanie się liczy!  
Wypełnij ankietę i zdobądź zniżkę na produkty Fisher-Price.

**Start** naciśnij Enter ↵

Twoje zdanie się liczy!  
Wypełnij ankietę i zdobądź zniżkę na produkty Fisher-Price.

**Start**



# Jak wypromujemy ankietę?

- | Ankietę wypromujemy na Stronie Głównej WP.
- | Do promocji wykorzystamy efektywne narzędzia performance.
- | Promocję skierujemy do grupy docelowej, którą dobierzemy wspólnie z klientem. Rekomendujemy, by kryteria jej doboru były możliwie szerokie.
- | Zajawki kierujące do ankiety będą wyświetlać się natywnie.
- | Oznacza to, że zajawka wyświetli się w kontekstowo dopasowanej sekcji Strony Głównej WP, np. ankieta o tematyce biznesowej wyświetli się w sekcji „**promocji**: od 2 do 4 tygodni Biznes”.
- | **Długość** w zależności od tematyki badania, branży klienta i grupy docelowej.
- | **Ważna informacja:** prosimy o każdorazowe potwierdzanie estymacji, ponieważ potencjał przejść na stronę z ankietą może różnić się w zależności od tematyki badania, branży klienta i grupy docelowej.

# Artykuł wynikowy

- Wyniki ankiety opiszemy w artykule natywnym.
- Artykuł stworzymy z troską o wysoką wartość merytoryczną.
- Powołamy się w nim na dane i rozwiniemy kluczowe wnioski płynące z ankiety.
- Dzięki temu użytkownicy Wirtualnej Polski będą postrzegać twoją markę jako eksperta i autorytet w danej tematyce.
- Artykuł może zawierać twój branding oraz 1 link z atrybutem no-follow.
- Artykuł wypromujemy na Stronie Głównej WP, SG wybranego serwisu oraz na jego fanpage'u na Facebooku.

The screenshot shows a web browser interface for a WP article. At the top, there's a navigation bar with the WP logo, the word 'kobieta', a search bar containing '#SAMODBAŁOŚĆ', and icons for 'POCZTA', 'TV ONLINE', 'PROGRAM TV', and 'ZALOGUJ'. Below the navigation bar, there's a category menu with 'SAMODBAŁOŚĆ' selected and a sub-menu item 'Nikt nie zadba o Ciebie lepiej. Sprawdź »'. The main content area features a vertical sidebar on the left with various category icons: MODA, SAMODBAŁOŚĆ, #WSZECHMOCNE, DOMODI, URODA, LUDZIE, TEST KONSUMENCKI - ZIAJA BHS WELLNESS, WIDEO, PRZEPISY, GWIAZDY, FIT, STREFA PORAD, NAJNOWSZE, and POPULARNE. The main article content includes a title 'Szybkie śniadanie dla zapracowanych', a sub-header 'ŚNIADANIE +1', a date '19-03-2019 15:49', and a 'Material Partnera' label. The article text discusses breakfast stereotypes and offers quick recipes. Below the text is a large image of a breakfast spread with bananas, strawberries, kiwi, a bowl of fruit and yogurt, a croissant, and a cup of coffee. At the bottom of the article, there's a source attribution 'Źródło: Materiały prasowe' and a section titled 'Jak ważne jest śniadanie?' with a sub-header 'Uczniowie śmieją się z ministra zdrowia w mediach społecznościowych. "Boże,'.

NAJNOWSZE POWIĄZANE POLECANE

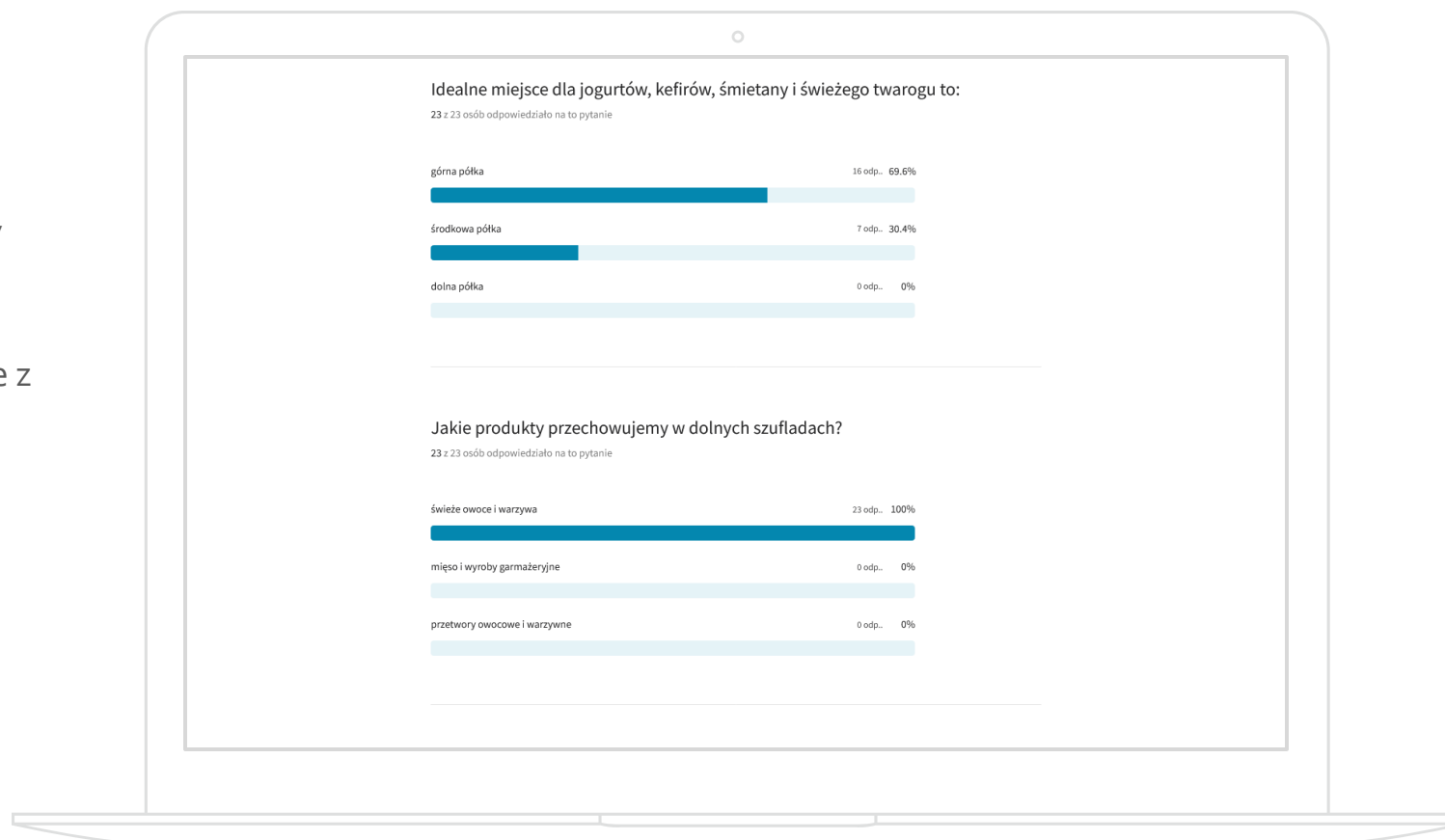



Uczniowie śmieją się z ministra zdrowia w mediach społecznościowych. "Boże,



# Raport z podsumowaniem wyników ankiety

- | Oprócz standardowego podsumowania akcji, które zawiera parametry takie jak liczba UU czy PV, podzielimy się z tobą linkiem do raportu wygenerowanego przez Typeform.
- | Dzięki temu dowiesz się, w jaki sposób na każde z pytań odpowiedzieli odbiorcy ankiety.





## Zapraszamy do współpracy

Biuro Reklamy Wirtualna Polska Media S.A. ul. Żwirki i Wigury 16, 02-092 Warszawa  
[www.reklama.wp.pl](http://www.reklama.wp.pl) [reklama@grupawp.pl](mailto: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. 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 zgody Wirtualna Polska Media S.A.

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

**WP**brand studio