



Reklama w nowej rzeczywistości

Oferta ważna od lipca do września
2020



W ofercie:



| znajdziesz trendy, które aktualnie napędzają rynek digital,



| odświeżysz wiedzę nt. sprawdzonych produktów reklamowych oraz poznasz nowe, które :

- | zbudują zasięg dla Twojego komunikatu
- | zaangażują Twoich odbiorców
- | podniosą efektywność Twoich działań komunikacyjnych



| dowiesz się o aktualnych promocjach!

Sprawdź ofertę



Jesteśmy w III etapie kryzysu w obliczu pandemii – nowa rzeczywistość



etap	I etap: SZOK	II etap: NIEPEWNOŚĆ	III etap: NOWA RZECZYWISTOŚĆ
Sytuacja na rynku	- Obawy konsumentów co do przyszłości - Zaburzenie łańcucha dostaw - Spadek sprzedaży - Potrzeba bezpieczeństwa	- Oswajanie się z nową sytuacją, ostudzenie emocji - Dostosowanie logistyki i procedur - Wzrost zakupów online - Brak masowych powrotów do sklepów offline - Pierwsze sygnały odmrażania budżetów	- Dostosowanie klientów i marek do nowej rzeczywistości - Wzrost wydatków zakupowych w niektórych branżach - Dalszy etap odmrażania budżetów w niektórych branżach - Zakupy online na stałe zapisują się trendzie - Potrzeba rozrywki online i offline - Lokalna turystyka



Kluczowe obszary trendów digital w nowej rzeczywistości

WIZERUNEK, WIDZIALNOŚĆ I ZASIĘG

- | Wizerunek i performance jako miks topowych KPI
- | Gaming i e-sport wchodzą do mainstreamu
- | Niezmiennie rośnie znaczenie viewability w mierzeniu kampanii display i wideo

ZAANGAŻOWANIE

- | Czas spędzony w internecie nieustannie rośnie
- | Starsi najchętniej czytają, młodszy oglądają wideo i słuchają audio



PERFORMANCE I PERSONALIZACJA

- | W obliczu cięć budżetów reklamowych, marketerzy skupiają się jeszcze bardziej na efektywności kampanii
- | Boom na e-commerce
- | Personalizacja na nowym poziomie
- | Reklama programatyczna rośnie, także w segmencie TV i audio
- | Nowy wymiar e-mail marketingu
- | Geolokalizacja 2.0



Mobile ciągle rośnie



- | Już **95%** użytkowników polskiego internetu posiada smartfona. **93%** internautów w Polsce korzysta z internetu mobilnego.
- | **56,5%** ruchu w polskim internecie należy do mobile. To wzrost o **1,9%** yzy.
- | Dzienny średni czas spędzany w internecie na urządzeniu mobilnym wynosi **2 godz. 51 min**
- | Przed pandemią wzrost reklamy mobilnej na świecie na 2020 rok szacowano na **22%** yzy.
- | **Pandemia jeszcze mocniej przyspieszyła ten trend. 60%** Amerykanów przyznaje, że w czasie pandemii korzysta jeszcze częściej ze smartfona.

Ponad połowa Polaków słucha muzyki online, prawie wszyscy oglądają wideo



Oglądają
video online



95%

Oglądają
vlogi



41%

Słuchają muzyki
z serwisów
streamingowych



55%

Słuchają stacji
radiowych
online



51%

Słuchają
podcastów

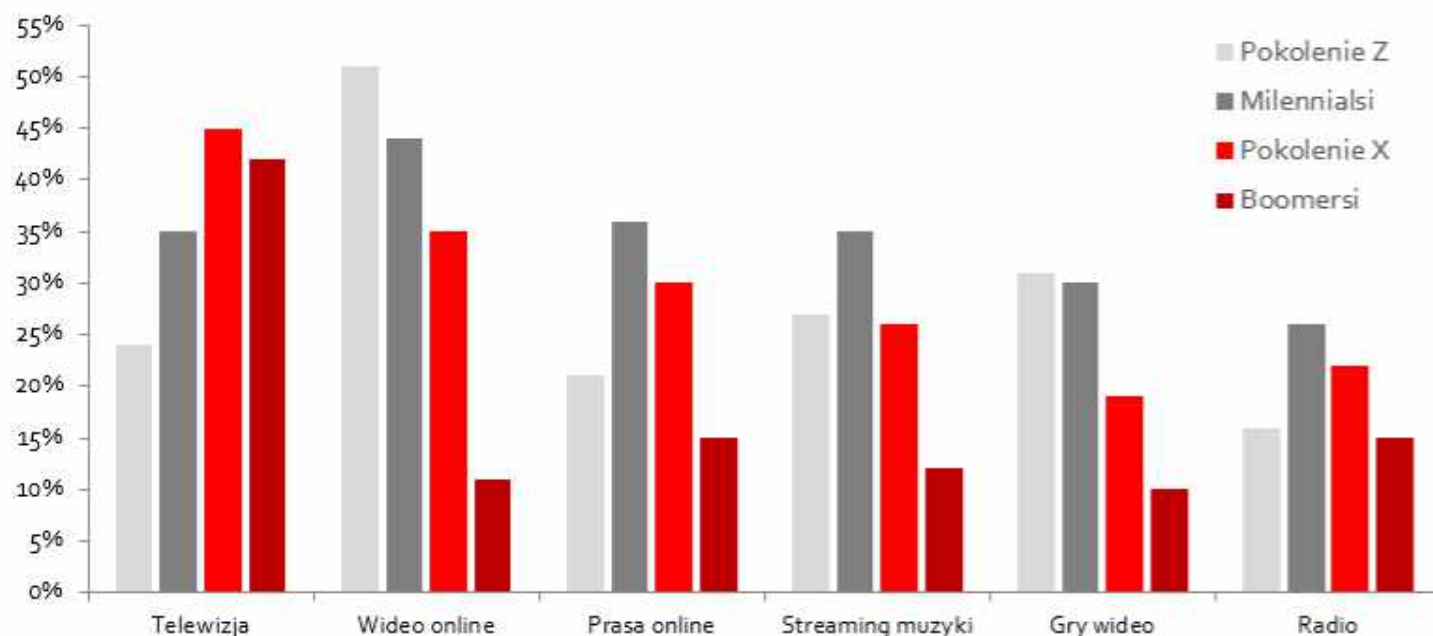


34%

Młodszych bardziej przyciąga wideo online, starszych treści pisane i telewizja



% osób, które zaczęły korzystać lub korzystać więcej z danego kanału od czasu wybuchu pandemii (w podziale na grupy wiekowe)



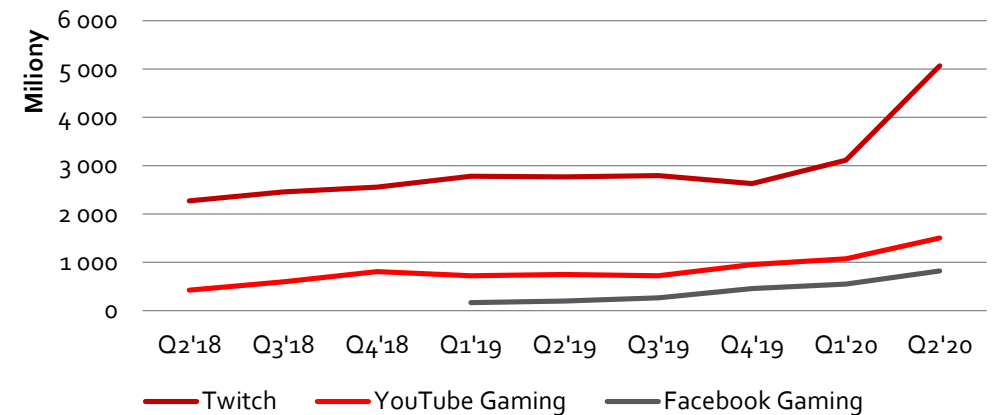
- | W czasie pandemii zdecydowanie wzrosła konsumpcja treści. **57% Polaków spędza 4 lub więcej godzin dziennie w internecie (+30 p.p. yzy)**. Wszyscy chętniej oglądamy, czytamy, słuchamy i gramy. To, z którego kanału korzystamy najchętniej, zależy od wieku.
- | Wśród najmłodszego pokolenia, zdecydowany prym wiedzie **wideo online**. Starsi częściej **siadają przed telewizorem i czytają wiadomości w internecie**.

Złota era gamingu i e-sportu

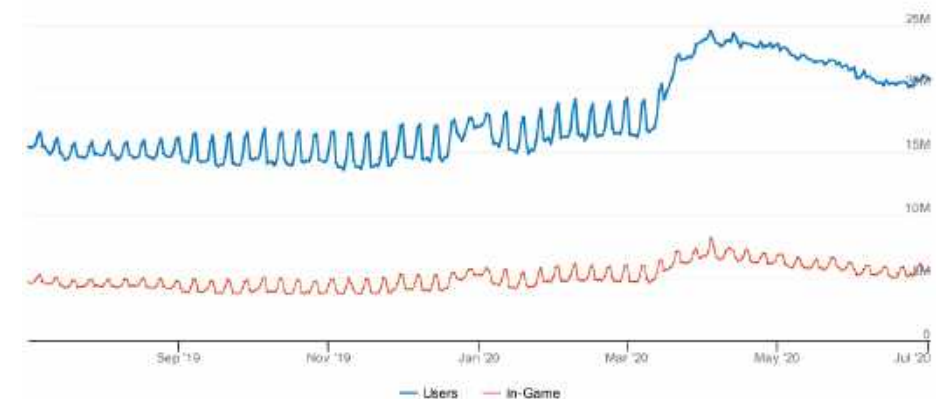


- | Platforma gamingowa Twitch bije rekord za rekordem. Liczba godzin spędzonych na oglądaniu graczy wzrosła w **Q2 o 62,7% q2q (+83,1% y2y)**. Liczba jednoczesnych oglądających urosła w tym czasie o **63,4%**.
- | Największa platforma do cyfrowej dystrybucji gier, Steam, notuje rekordowe wzrosty. Liczba jednocześnie zalogowanych użytkowników dobiła w kwietniu do 25 milionów **(+37% m2m)**.
- | W marcu liczba transakcji, obsługiwanych przez Revolut, dotycząca produktów PlayStation wzrosła o **87%**, a Nintendo o **49%**.

Czas oglądania (w godzinach)



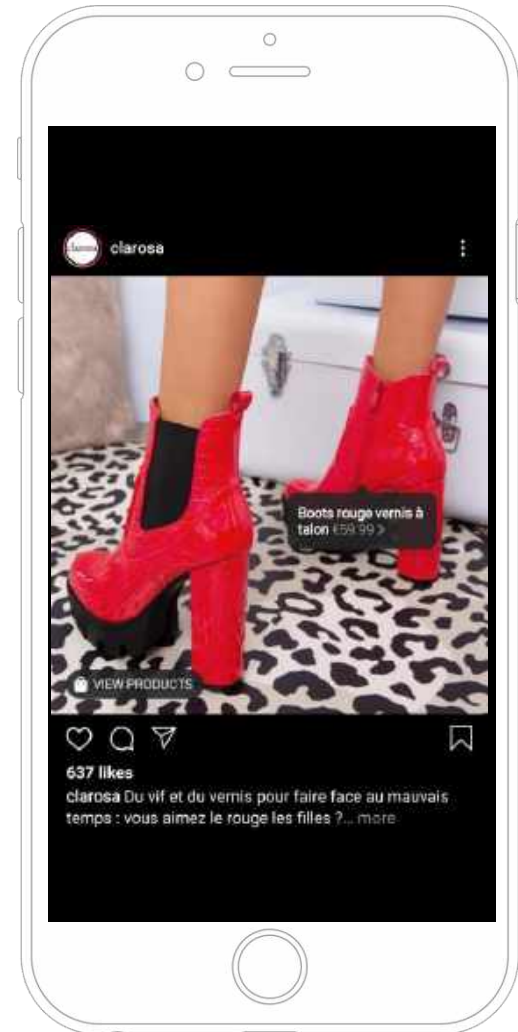
Liczba jednocześnie zalogowanych użytkowników Steam



E-commerce rośnie, zwłaszcza w branżach FMCG, dom, odzież



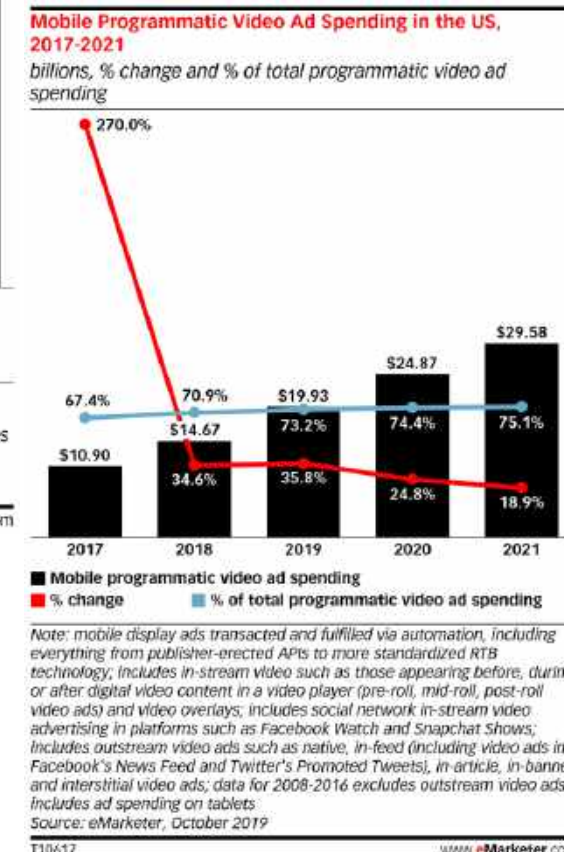
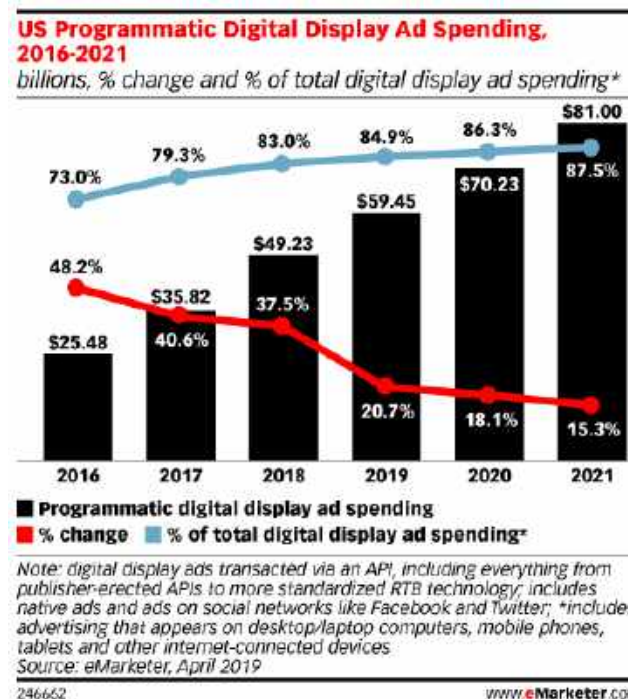
- | W Q1 2020 e-commerce na świecie urósł o **20% y2y**. Polacy pokochali zakupy przez internet. W czasie pandemii **38%** Polaków zrobiło zakupy w internecie. Wartość koszyka online **+23% y2y** (Nielsen).
- | Nielsen ocenił, że w czasie pandemii aktywność w zakresie zakupów online w branży FMCG urosła o **31%**.
- | Według raportu Izby Gospodarczej Elektronicznej najbardziej popularne produkty kupowane online to odzież, kosmetyki i elektronika, jak również artykuły AGD, obuwiu oraz artykuły sportowe i turystyczne.
- | Posty i wideo kierujące bezpośrednio do produktów sprzyjają wzmocnieniu intencji zakupowej. Ponad **54%** użytkowników social mediów używają tego kanału podczas researchu produktów do kupienia.



Rośnie programmatic



- Do 2021 **88%** reklam display i **75%** reklam wideo będzie zakupionych przez programmatic.
- Według Zenith, w 2020 roku marketerzy wydadzą 98 miliardów dolarów na reklamę automatyczną, co stanowić będzie **68%** światowych wydatków na reklamę w internecie.
- Wzrost zapytań reklamowych dla reklamy programatycznej zanotowano także w czasie pandemii w Polsce (**+46%** w marcu i **+45%** w kwietniu 2020)
- Duży wpływ na rozwój tego kanału ma DCO, pozwalający na dynamiczną personalizację reklamy, opartą na danych dotyczących użytkownika.
- Silnym trendem na rok 2020 jest także wzrost zainteresowania reklamą programatyczną w telewizji i audio.



Nowy wymiar mailingu



- | Liczba użytkowników poczty email na świecie w tym roku osiągnie **4 miliardy**, czyli ponad połowę populacji świata. Do 2024 roku ta liczba urośnie do **4,4 miliarda** użytkowników.
95% konsumentów na świecie codziennie sprawdza skrzynkę email.
- | Od początku pandemii korzystanie z poczty elektronicznej wzrosło o **40%**.
- | Współczynnik konwersji (CR) email marketingu (**2,3%**) jest wyższy niż CR wejść bezpośrednich (**2%**), postów w social mediach (**1%**) czy displaya (**0,7%**)
- | **32%** marketerów uważa, że **email interaktywny jest jednym z top nadchodzących trendów w emailingu.**
- | Email marketing osiąga bardzo wysokie ROI. **Każdy 1\$** wydany na email marketing to **\$42 zwrotu z inwestycji.**

Hiperpersonalizacja wykorzystywana przy budowaniu oferty i komunikacji z klientem



Hyper Personalised Campaign uses this type of data



- | Personalizacja zaczęła być popularna już kilka lat temu, kiedy newslettery zaczynały się od imienia klienta, a sklepy dostosowywały określone towary, mogące zainteresować klienta.
- | Według McKinsey, personalizacja może wpłynąć na zwiększenie ROI **5x-8x** i sprzedaży o **10%** i więcej.
- | **88%** marketerów zauważyło mierzalne efekty personalizacji. Ponad połowa badanych zauważyło wzrost sprzedaży o **ponad 10%**.
- | **78%** Amerykanów twierdzi, że dopasowany content reklamowy zwiększa ich intencję zakupową.
- | **Dziś personalizacja weszła na kolejny poziom poprzez personalizację oferty, treści i samej komunikacji z klientem.**

Lokalizacja kluczowym elementem strategii precyzyjnego docierania do odbiorcy

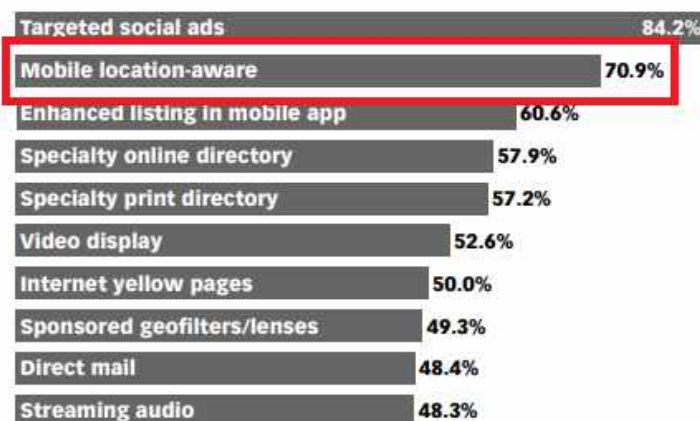


- | W USA już **71%** franczyzobiorców korzysta z reklamy mobilnej opartej na lokalizacji w celu dotarcia do klientów.
- | **74%** marketerów uważa, że lokalizacja jest kluczowym elementem, pozwalającym zrozumieć interakcje klienta z biznesem.

- | **Geotrapping** zyskuje na popularności jako nowy poziom geolokalizacji, pozwalającej dokładniej docierać do klientów.
- | **Geotrapping to metoda identyfikowania użytkowników smartfonów i tabletów**, przebywających w danym czasie w określonym miejscu. Umożliwia targetowanie kampanii reklamowej na podstawie danych o historycznej lokalizacji użytkownika i kierowanie do niego reklam, również na długo po opuszczeniu lokalizacji.

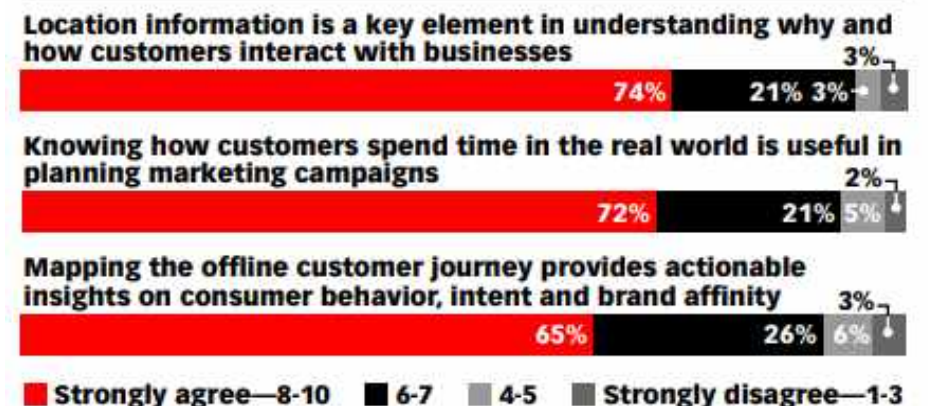
„Wybór kanałów reklamy w 2019”

Badanie przeprowadzone w 3Q2018r., opublikowane w 2019



„Jak marketerzy z Ameryki Północnej oceniają korzyści płynące ze zrozumienia ich klientów?”

Badanie przeprowadzone w 3Q2018r., opublikowane w 2019

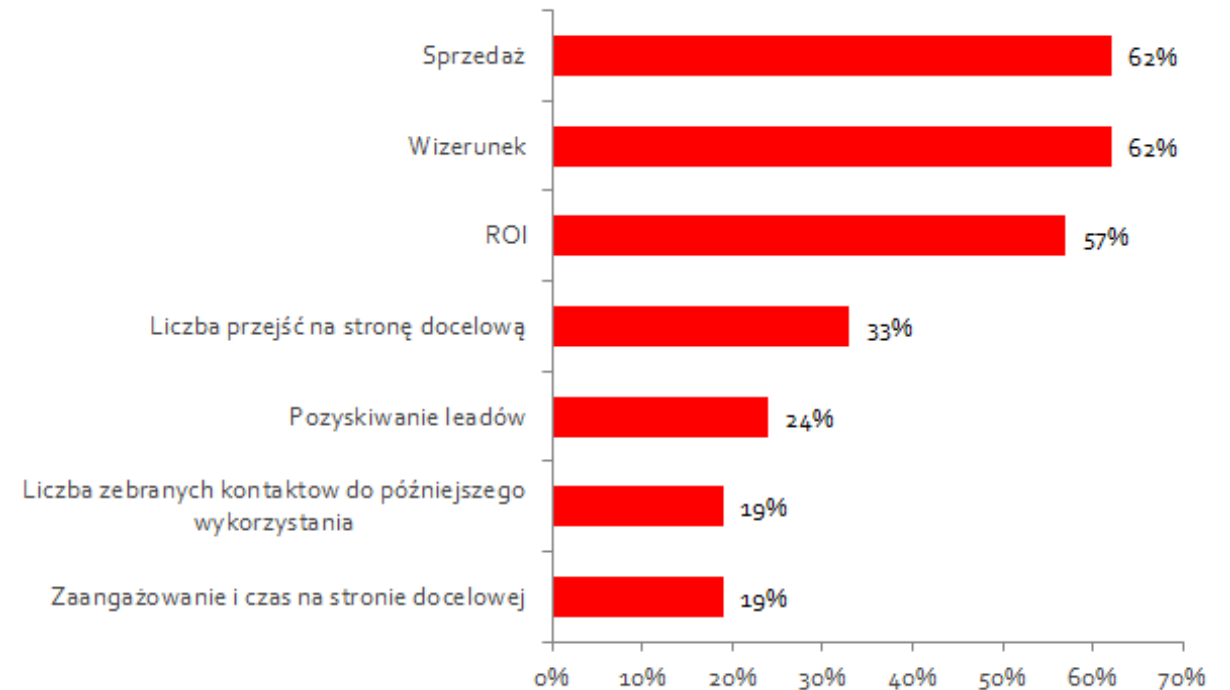


Nadal liczy się performance, ale teraz miksowany z wizerunkiem



- | W dobie zmniejszenia wydatków marketingowych **marketerzy w najbliższym roku stawiają na performance, ale w połączeniu z wizerunkiem.**
- | Całościowe spojrzenie na ścieżkę użytkownika pozwala planować kampanię tak, by te elementy się uzupełniały. **Odpowiednio zaplanowane działania wizerunkowe pozwalają zbudować zaufanie do marki i produktu, a reklamodawcy stworzyć precyzyjny profil odbiorców z odpowiednią intencją zakupową.** Wówczas można lepiej dopasować aktywność efektywnościową, która będzie skuteczna „w dole” lejka zakupowego użytkownika.

Najważniejsze cele kampanii



N=21. Marketerzy/reklamodawcy; możliwość wielu odpowiedzi

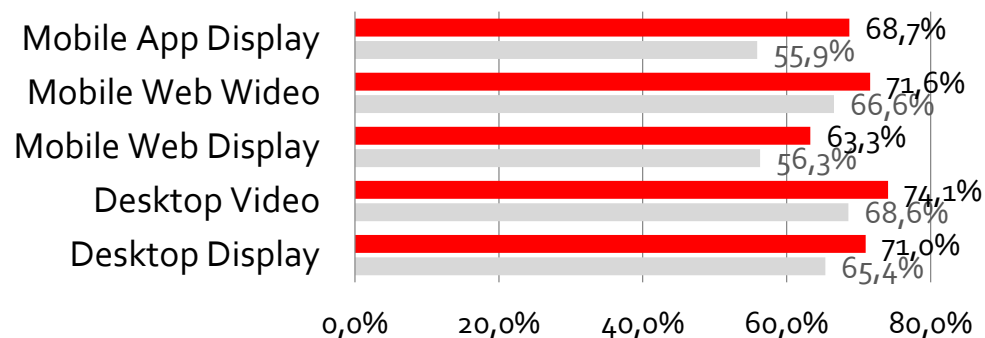
Viewability rośnie w Polsce i na świecie



- | W ankiecie przeprowadzonej przez WPM wśród domów mediowych i klientów finalnych **viewability** wymieniane jest **na 1. miejscu kluczowych parametrów do mierzenia kampanii**.
- | Według raportu Integral Ad Science, **globalne wskaźniki widoczności wzrosły** w H2 2019 roku we wszystkich formatach, zwłaszcza w modelu programatycznym.

- | W Polsce **wzrost viewability jest zauważalny zwłaszcza w obszarze video**, który zanotował wzrost o 19 p.p. y2y.
- | Viewability display, które w Q1 2020 spadło do 48%, zanotowało odbicie w Q2 2020 do 58%.

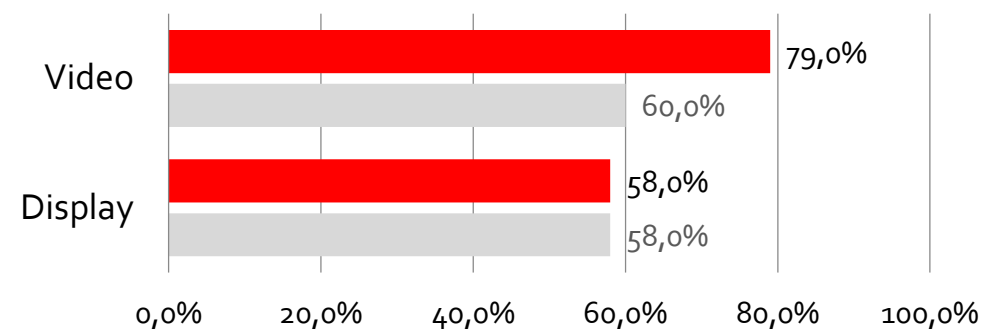
Wzrost viewability na świecie



■ H2 2019 ■ H2 2018

Źródło: Media Quality Report, Integral Ad Science, kwiecień 2020; Ankieta wewnętrzna WPM, adhoc, 2019, N=87 (domy mediowe) i N=47 (klienci finalni)

Wzrost viewability w Polsce



■ Q2 2020 ■ Q2 2019

Źródło: Meetrics Viewability Benchmark Report Q2 2019, Q1 2020, Q2 2020.

Podział produktów wg trendów i celów kampanii w nowej rzeczywistości

Zbuduj zasięg Twojego przekazu
#wizerunek
#widzialność
#zasięg



Zaangażuj odbiorcę
#zaangażowanie

Popraw efektywność Twoich działań komunikacyjnych
#performance #personalizacja



Zbuduj zasięg dla Twojego
przekazu
#wizerunek #widzialność
#zasięg



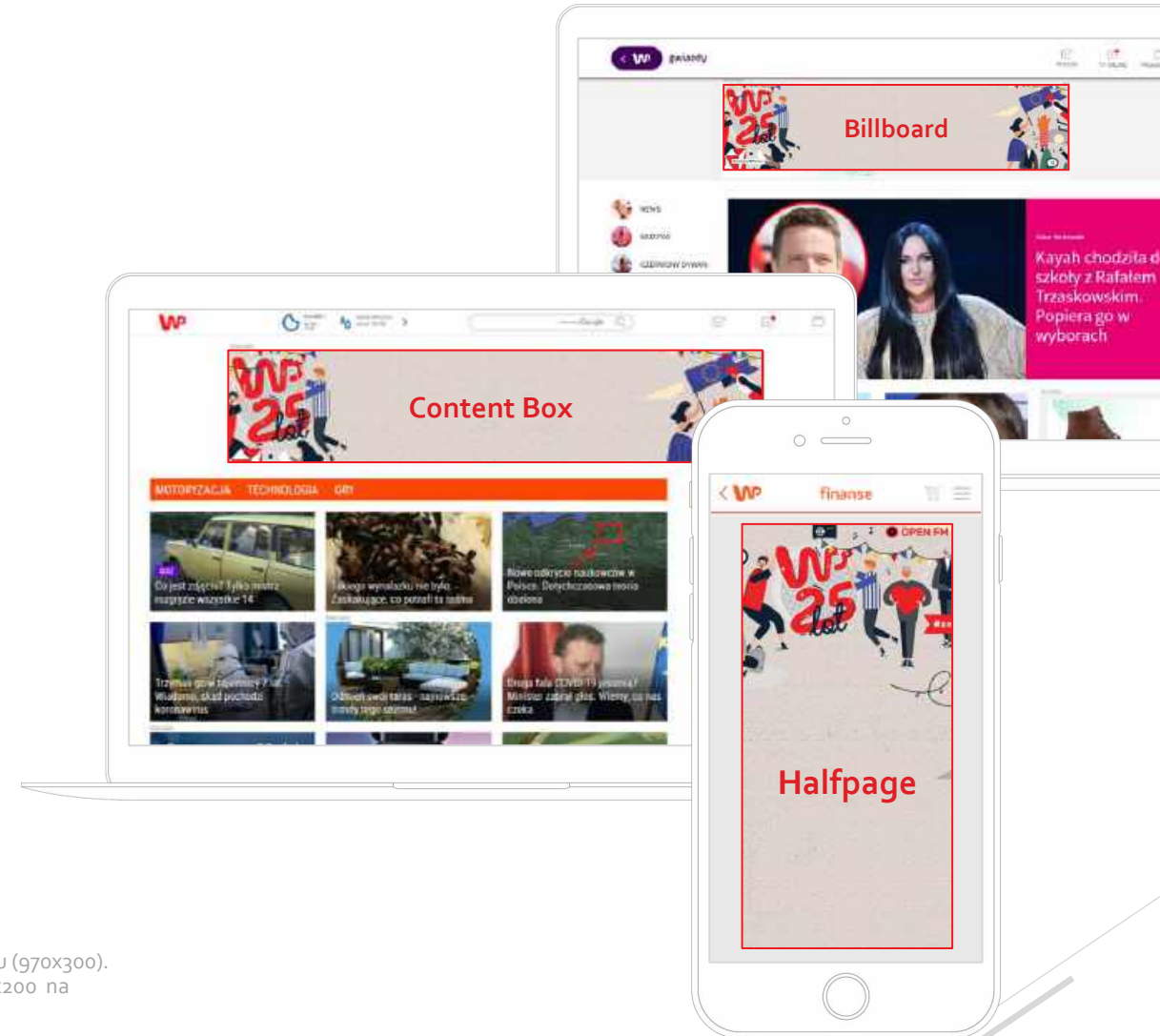
Dniówka zasięgowa Premium WP z gwarancją widzialnych odsłon



Korzyści:

- Pakiet widzialnych odsłon na serwisach i placementach kontekstowo dopasowanych

Pakiet	Billboard lub Halfpage na serwisach	Liczba odsłon widzialnych
Premium Moto	SG WP moduł MOTO, WP Autokult, WP Moto, Autocentrum	500 tys. PV widzialnych
Premium Biznes	SG WP moduł Biznes, Money, WP Finanse	500 tys. PV widzialnych
Premium Rozrywka	SG WP moduł Gwiazdy, Pudelek, WP Gwiazdy	500 tys. PV widzialnych

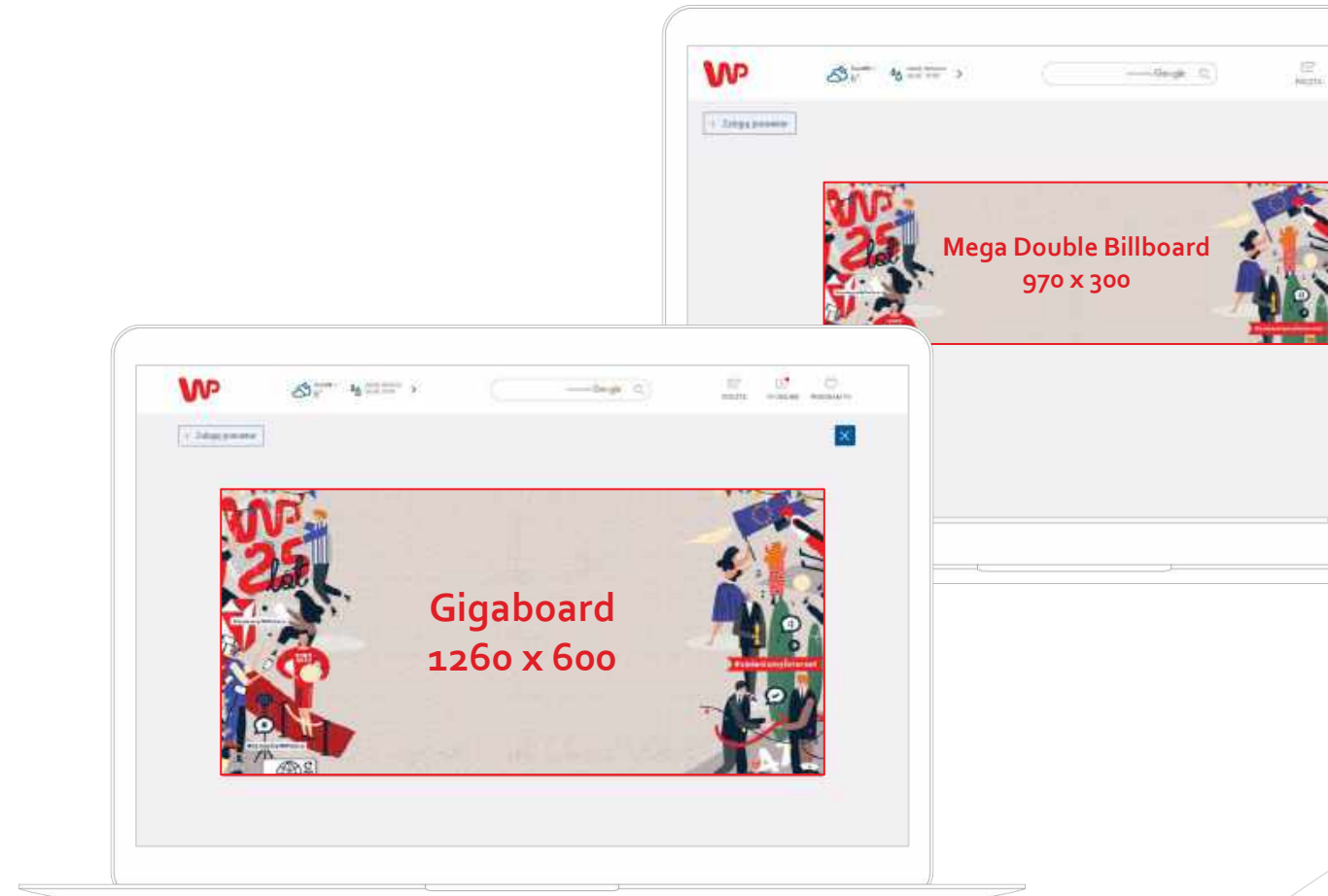


• Desktop: Content Box 970x300 na SG WP nad wybranym modułem tematycznym, na pozostałych serwisach emisja górnego slotu (970x300).
Mobile: Rectangle 300x250 na SG WP nad wybranym modułem tematycznym, na pozostałych serwisach Banner Skalowalny 600x200 na górnym słocie.

Pakiet widzialnych odsłón na Poczta WP/o2 Logout (desktop)

| Korzyści:

- Duży potencjał **6,4 mln** UU i **23 mln** PV
- Viewability **77%**
- CTR **0,51%**
- Doskonała ekspozycja marki na dedykowanym widoku strony, bez innych reklam

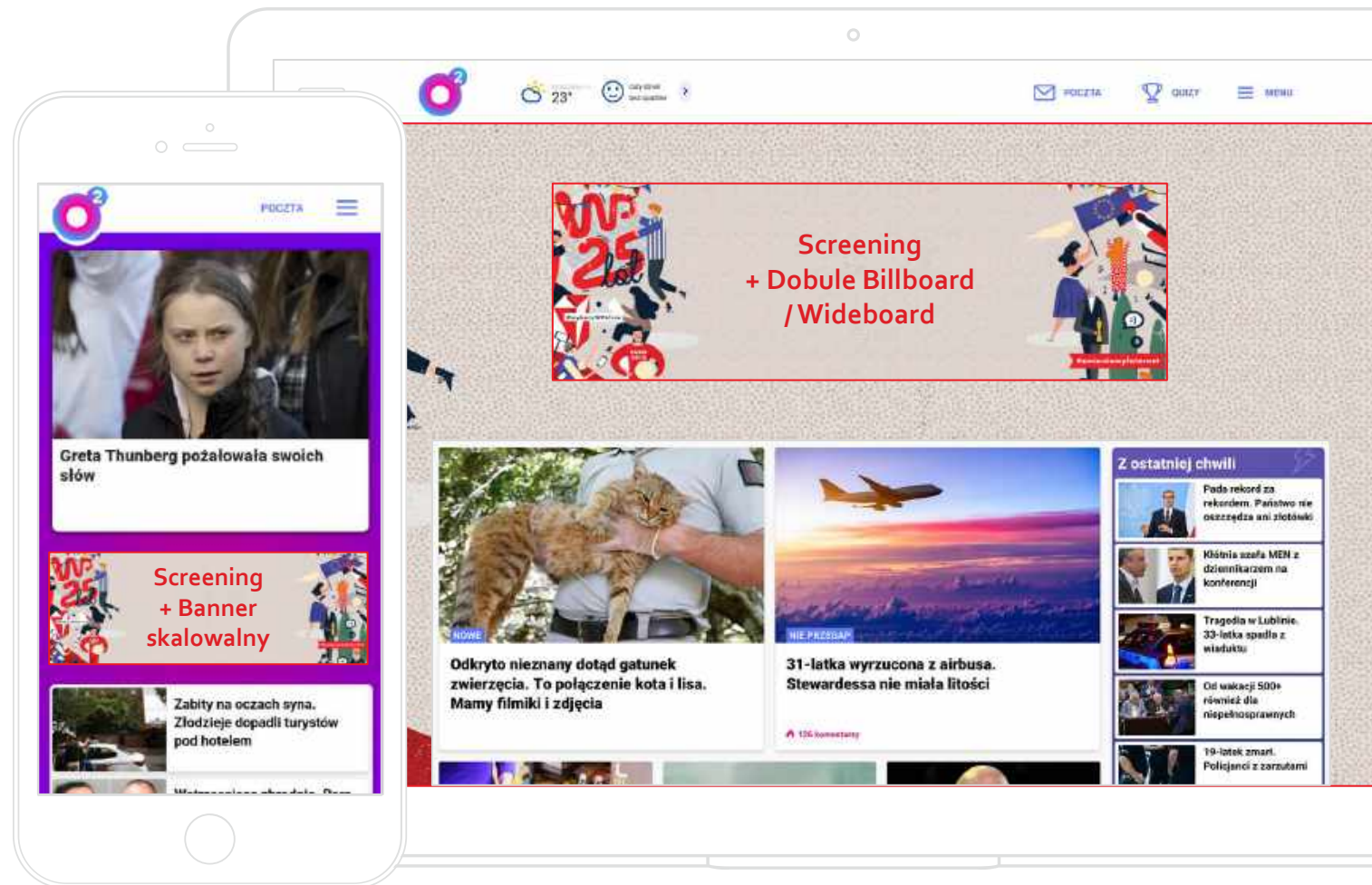


Screening na serwisie o2 (SG+ROS)



Korzyści:

- Doskonała ekspozycja marki
- CTR **0,6%**
- Viewability powyżej **79%**
- **1,3 mln** UU i **2,3 mln** PV (-20% adblock)
- Emisja na trzech pierwszych odsłonach*



*Screening / Banner Skalowalny na 1 odsłonie, na dwóch kolejnych odsłonach DDB lub Wideboard / Banner Skalowalny

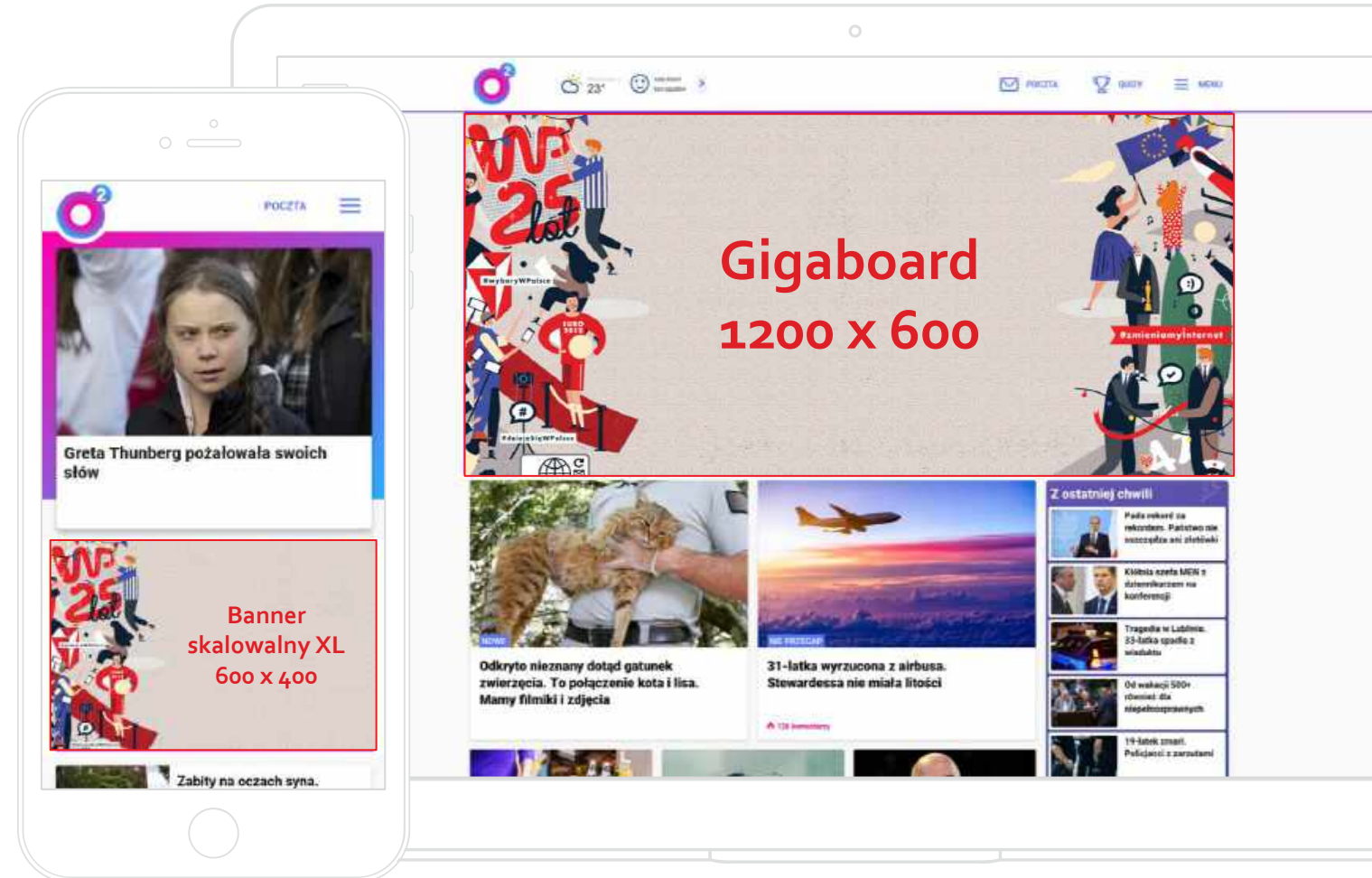
*Screening na mobile dostępny z tłem tylko na SG o2, na widokach artykułowych emisja banneru skalowalnego 600x200

Gigaboard na serwisie o2 (SG+ROS)



Korzyści:

- Doskonała ekspozycja marki
- CTR **0,6%**
- Wysokie viewability **powyżej 80%**
- **1,3 mln** UU i **2,3 mln** PV (-20% adblock)
- Emisja na trzech pierwszych odśłonach*



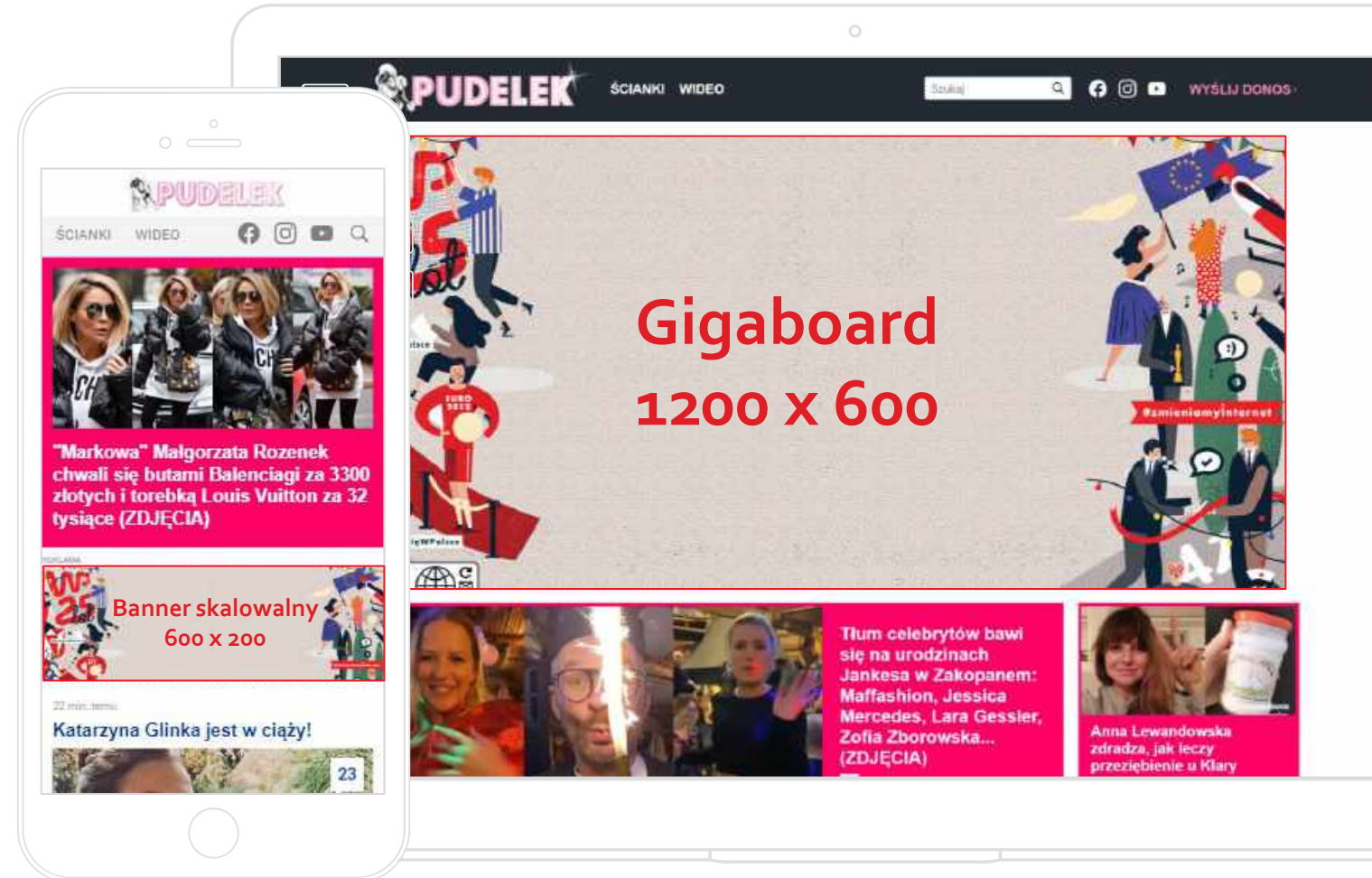
*Gigaboard/ Banner Skalowalny XL na 1 odśłonie, na dwóch kolejnych odśłonach DDB lub Wideboard / Banner Skalowalny

Gigaboard na serwisie Pudelek (SG+ROS)



Korzyści:

- Doskonała ekspozycja marki
- Jeszcze większy zasięg!
- CTR **0,4-0,7%**
- Wysokie viewability **powyżej 80%**
- **1,9 mln** UU i **3,4 mln** PV (-20% adblock)
- Emisja na trzech pierwszych odśłonach*



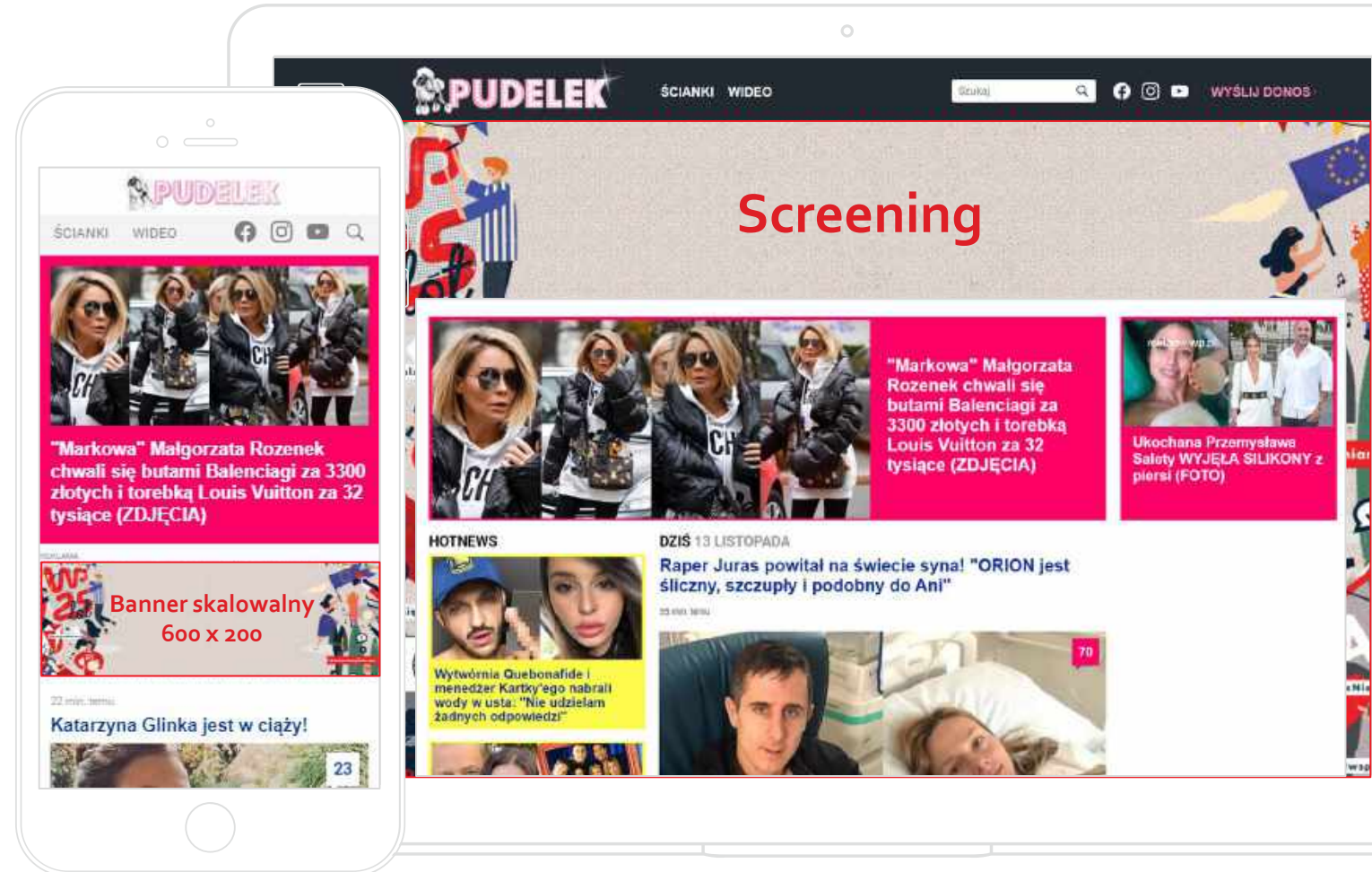
*Gigaboard/ Banner Skalowalny XL na 1 odśłonie, na dwóch kolejnych odśłonach DDB lub Wideboard / Banner Skalowalny

Screening w serwisie Pudelek (SG+ROS)



Korzyści:

- Jeszcze większy zasięg!
- Użytkownik pozaportalowy
- Doskonała ekspozycja marki
- CTR **0,6%**
- Viewability **powyżej 79%**
- **1,9 mln** UU i **3,4 mln** PV (-20% adblock)
- Emisja na trzech pierwszych odślonach*



*Screening / Banner Skalowalny na 1 odślonie, na dwóch kolejnych odślonach DDB lub Wideboard / Banner Skalowalny

Branding playera w WP Pilot



Emisja brandingu playera, mającego postać screeningu.

| Korzyści:

- Idealny do komunikacji wizerunkowej
- Wysoki wskaźnik klikalności
- CTR **4,6%**
- Viewability **72%**
- **450 tys. UU / 2 mln PV** / tydzień

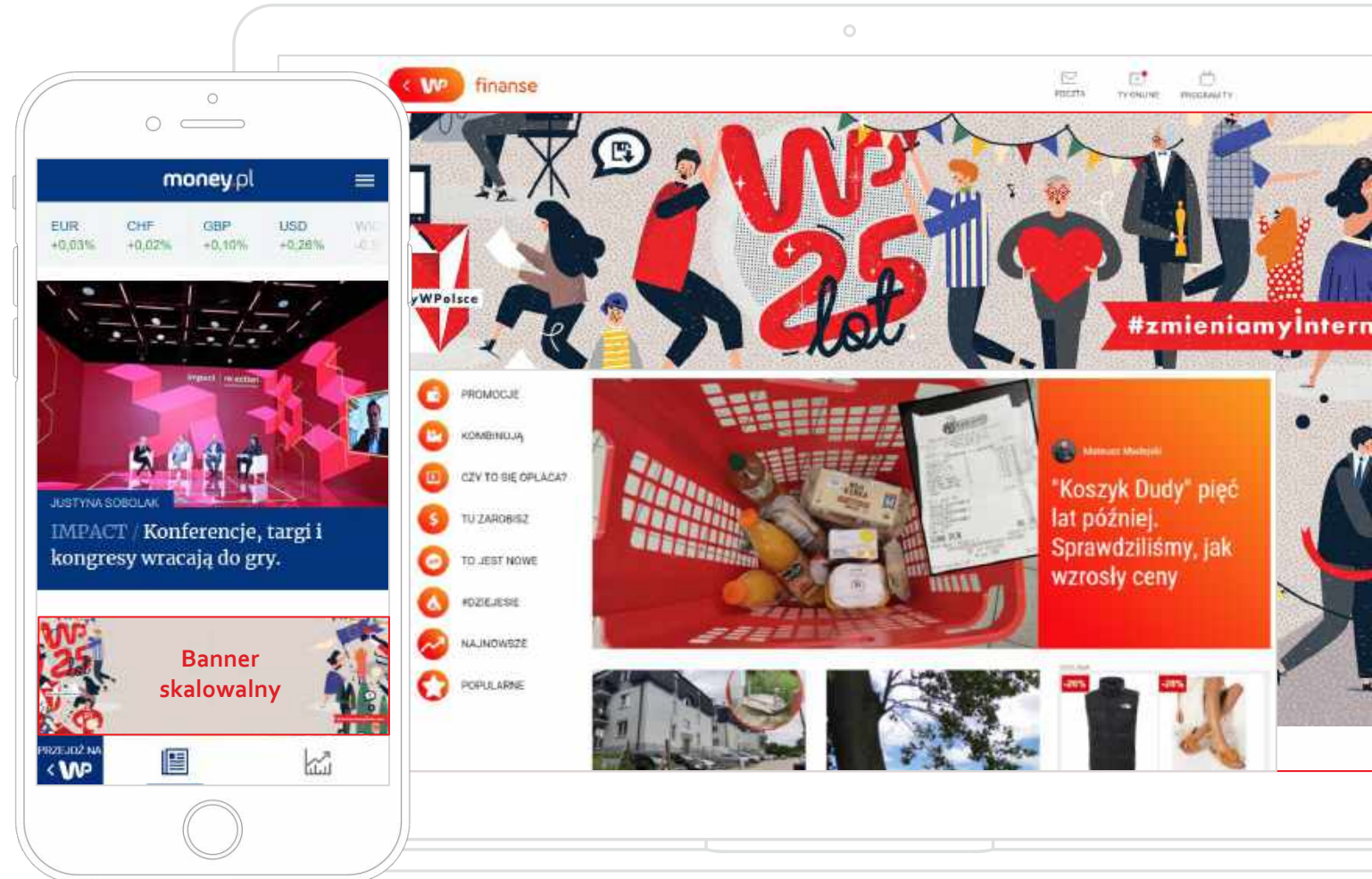


Dniówka tematyczna Biznes



Korzyści:

- Emisja dniówki na górnym slocie reklamowym na trzech pierwszych odsłonach, na serwisach WP Finanse lub Money
- CTR **0,23%***
- **2,1 mln UU / 3,5 mln PV** (-20% adblock)



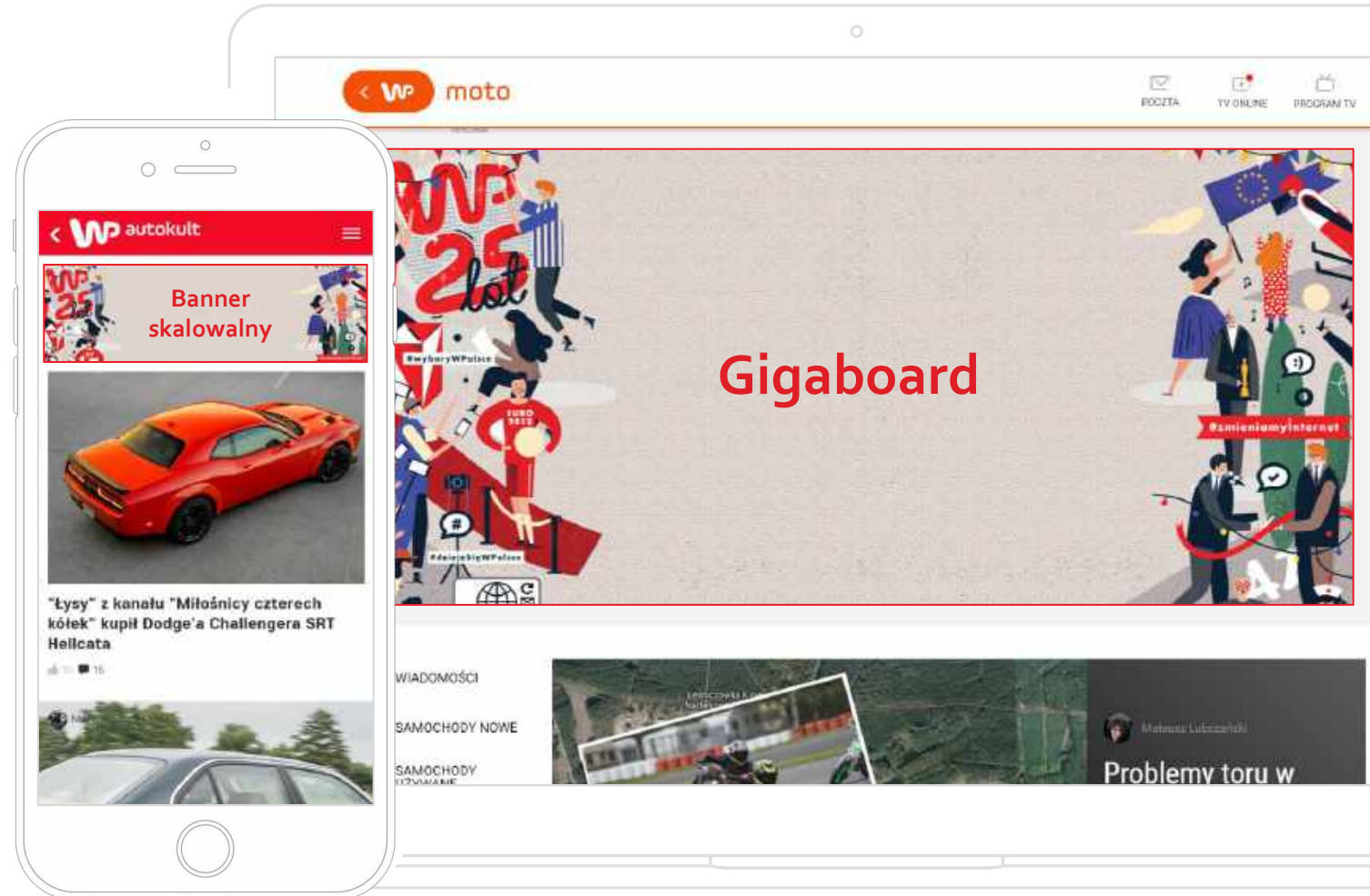
*CTR dla branży Biznes, Finanse i Ubezpieczenia

Dniówka tematyczna Motoryzacja



Korzyści:

- Emisja dniówki na górnym słocie reklamowym na trzech pierwszych odsłonach, na serwisach WP Moto, WP Autokult lub Autocentrum
- CTR **0,3%***
- **520 tys. UU / 790 tys. PV** (-20% adblock)



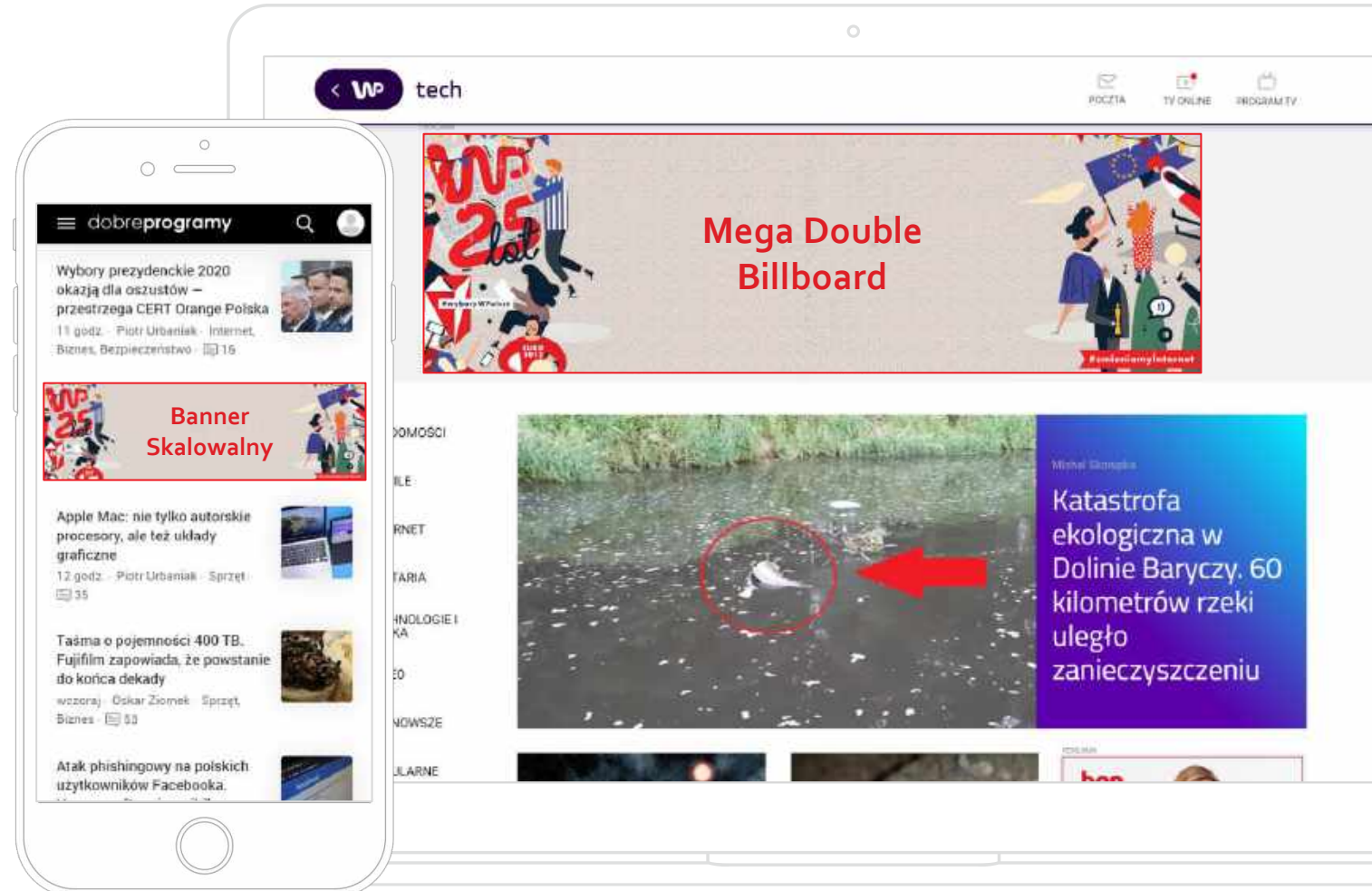
*CTR dla branży Motoryzacja

Dniówka tematyczna Technologia



Korzyści:

- Emisja dniówki na górnym słocie reklamowym na trzech pierwszych odłonach, na serwisach WP Tech, Dobre Programy, Komórkomania, WP Fotoblogia lub WP Gadżetomania
- CTR **0,3%***
- **870 tys. UU / 1,3 mln PV** (-20% adblock)



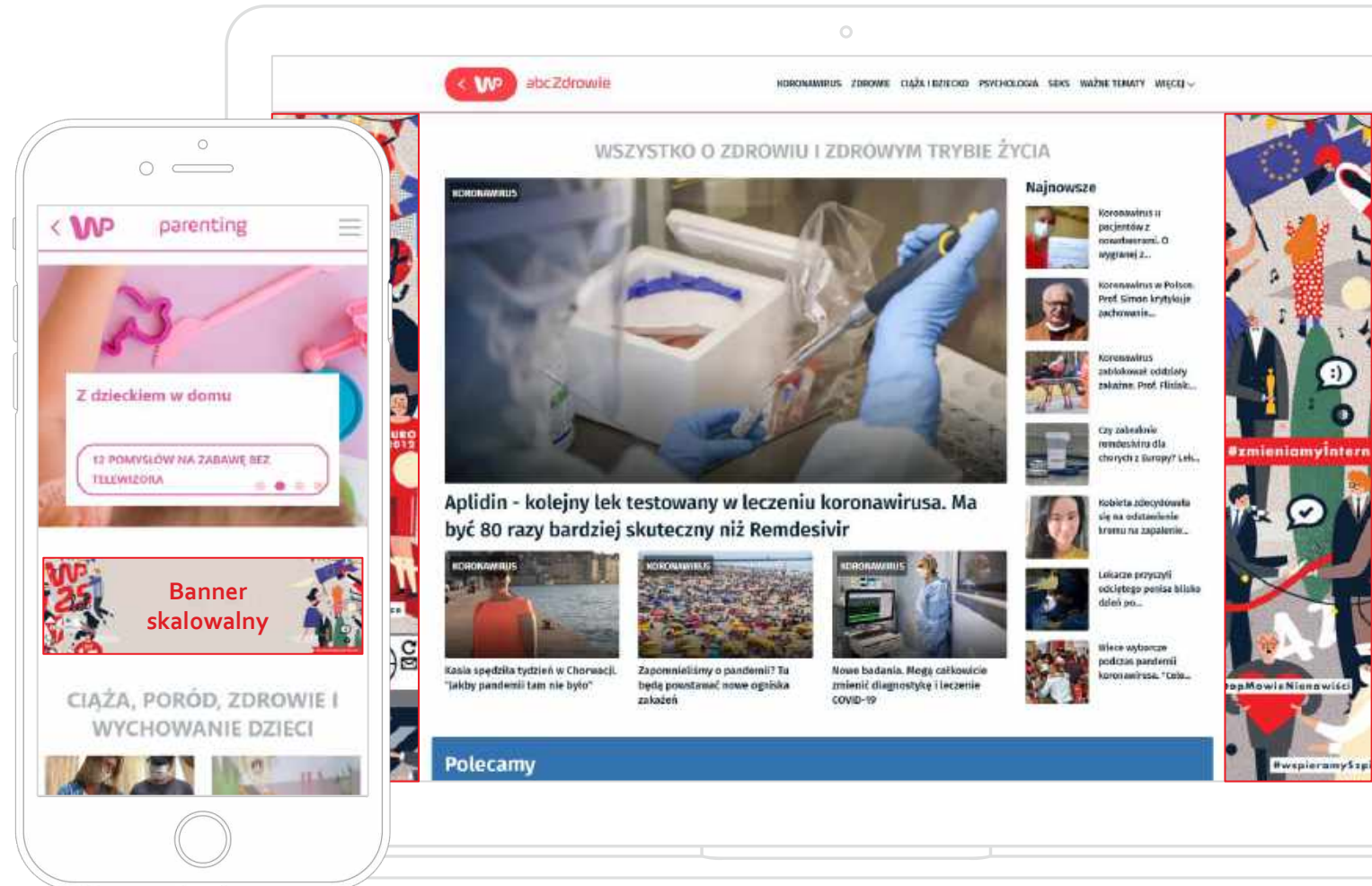
* CTR dla branży: Telekomunikacja, RTV/Audio/Fotografia

Dniówka tematyczna Zdrowie



Korzyści:

- Emisja dniówki na górnym slocie reklamowym na trzech pierwszych odsłonach, na serwisach WP Parenting lub WP abcZdrowie
- CTR **0,1-0,2%***
- **1 mln** UU / **1,6 mln** PV (-20% adblock)



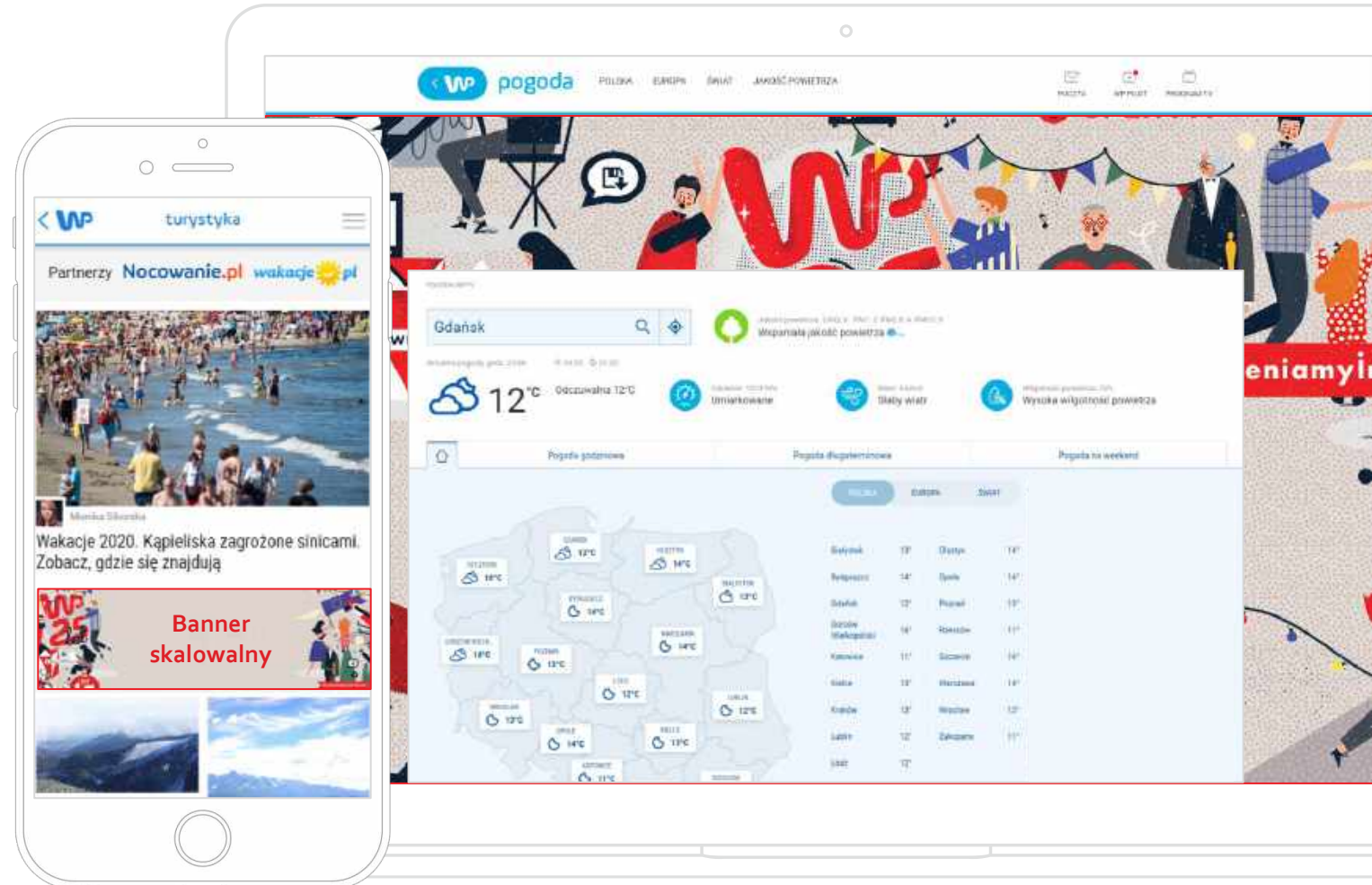
* CTR dla branży: Medycyna i Zdrowie, Kosmetyki i Środki higieniczne

Dniówka tematyczna Turystyka



Korzyści:

- Emisja dniówki na górnym slocie reklamowym na trzech pierwszych odsłonach, na serwisach WP Turystyka lub WP Pogoda
- CTR **0,23%***
- **350 tys. UU / 520 tys. PV** (-20% adblock)



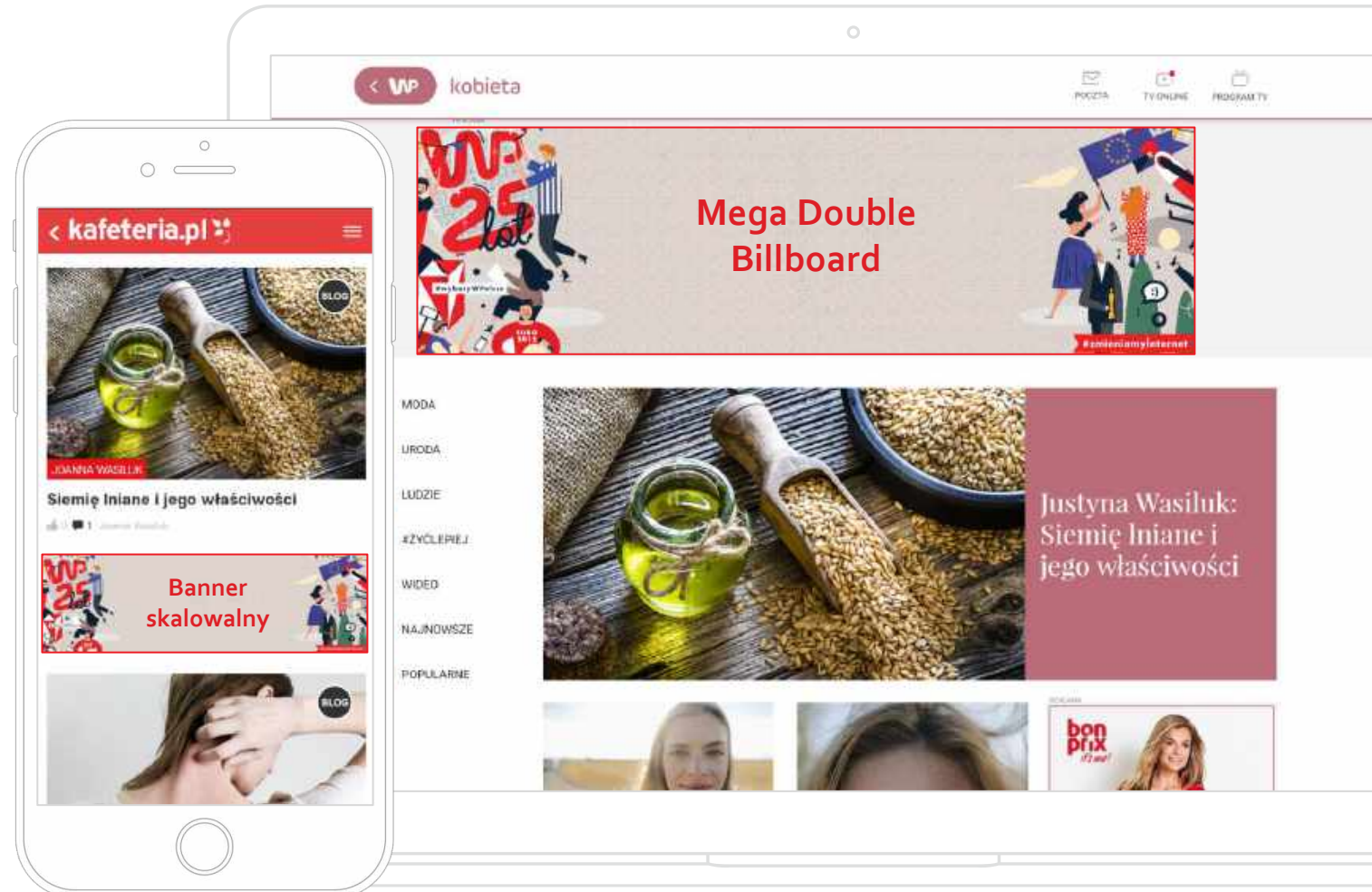
*CTR dla branży Turystyka i transport

Dniówka tematyczna Kobieta



Korzyści:

- Emisja dniówki na górnym słocie reklamowym na trzech pierwszych odsłonach, na serwisach WP Kobieta lub Kafeteria
- CTR **0,24%***
- **1,1 mln** UU / **1,7 mln** PV (-20% adblock)



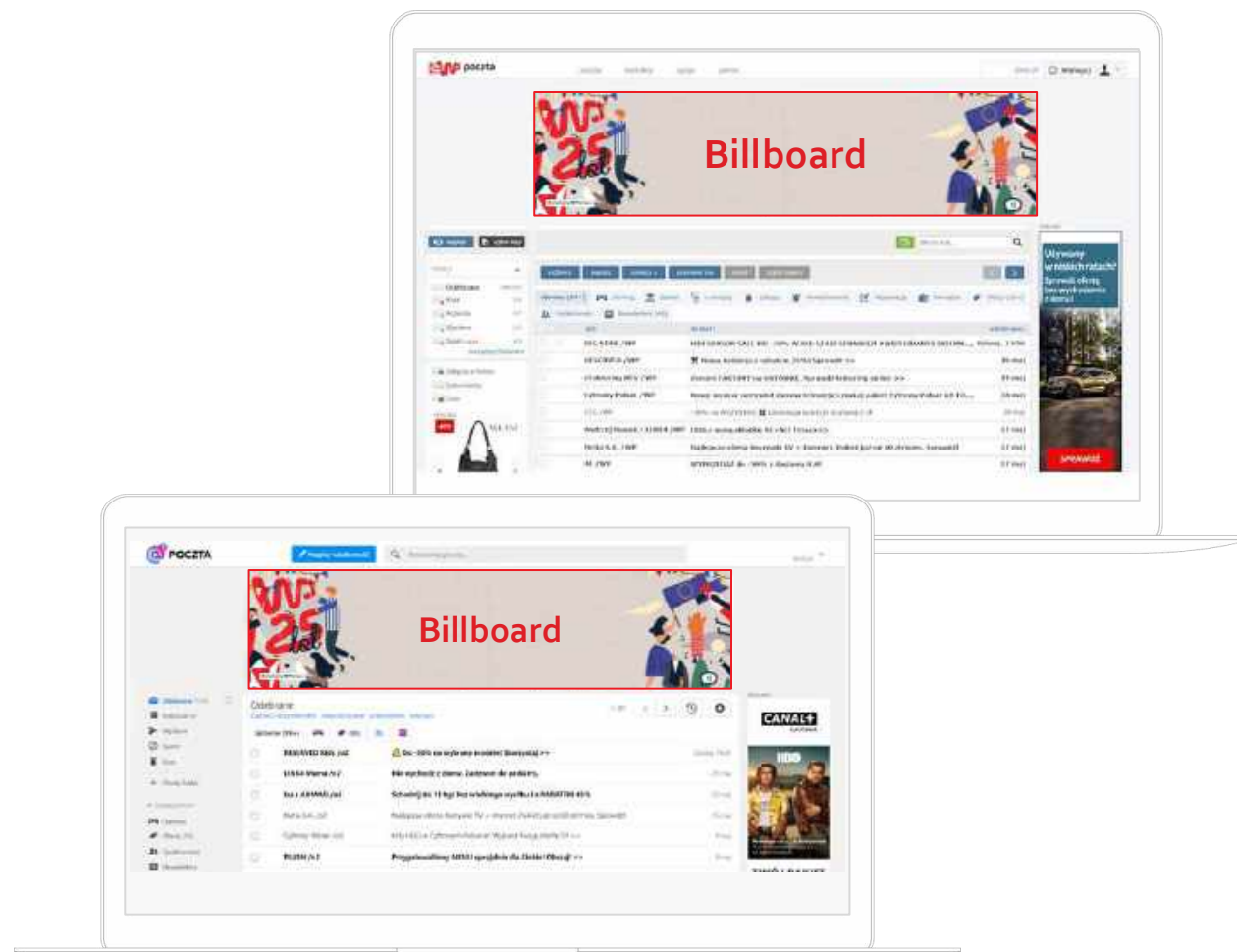
*CTR dla branży Odzież i Obuwie

Dniówka na Stronie Głównej Poczty WP lub Poczty o2



| Korzyści:

- Format billboardowy emitowany na stronie po zalogowaniu do Poczty w listingu zakładki głównej, widoczny na 100% PV
- CTR **0,16-0,54%**

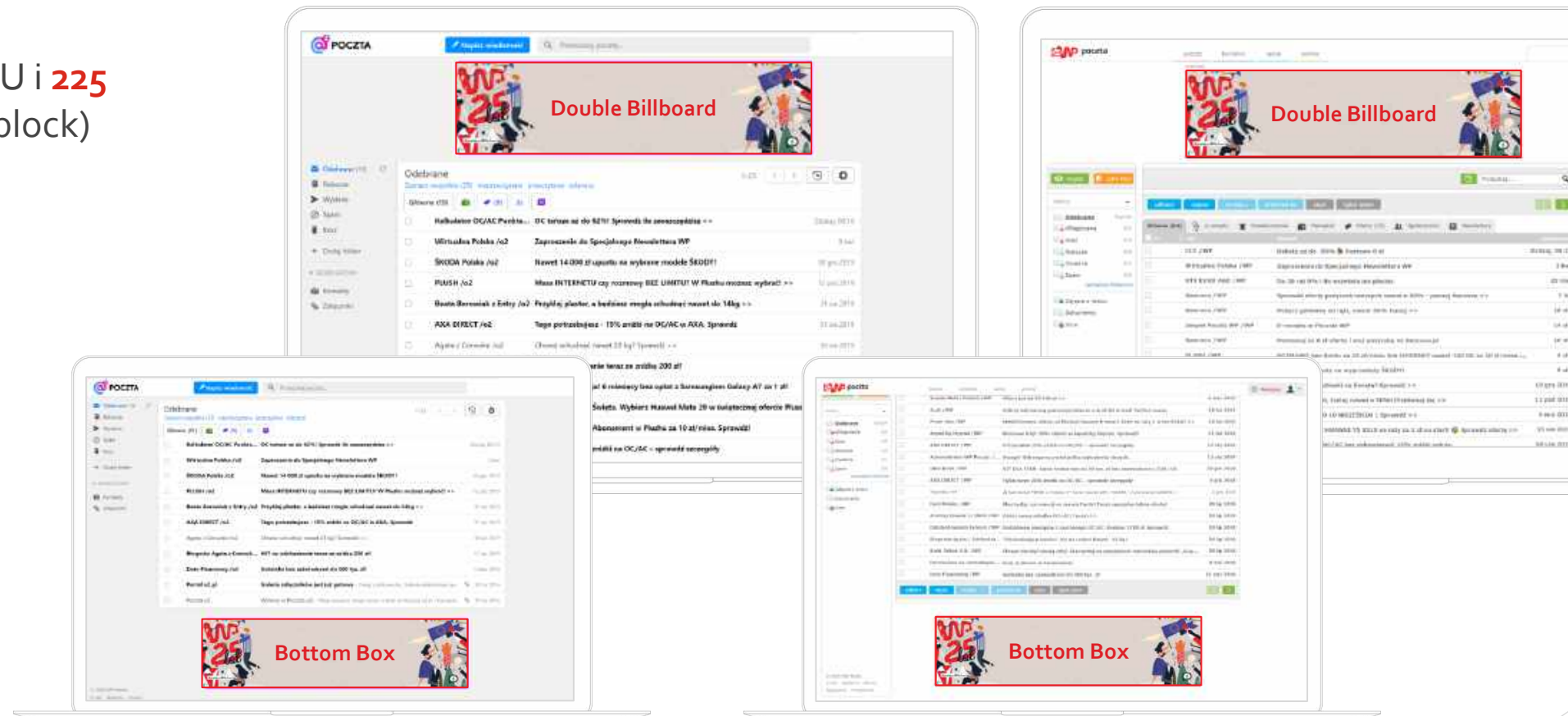


Poczta WP+o2 z formatami w interfejsie w pakiecie odsłonowym (desktop)



Korzyści:

- Zasięg **6,6 mln** UU i **225 mln** PV (-30% adblock)
- CTR **0,2-0,7%**



*dane tygodniowe

Mailing w Poczcie WP+o2



Mailing / Inbox

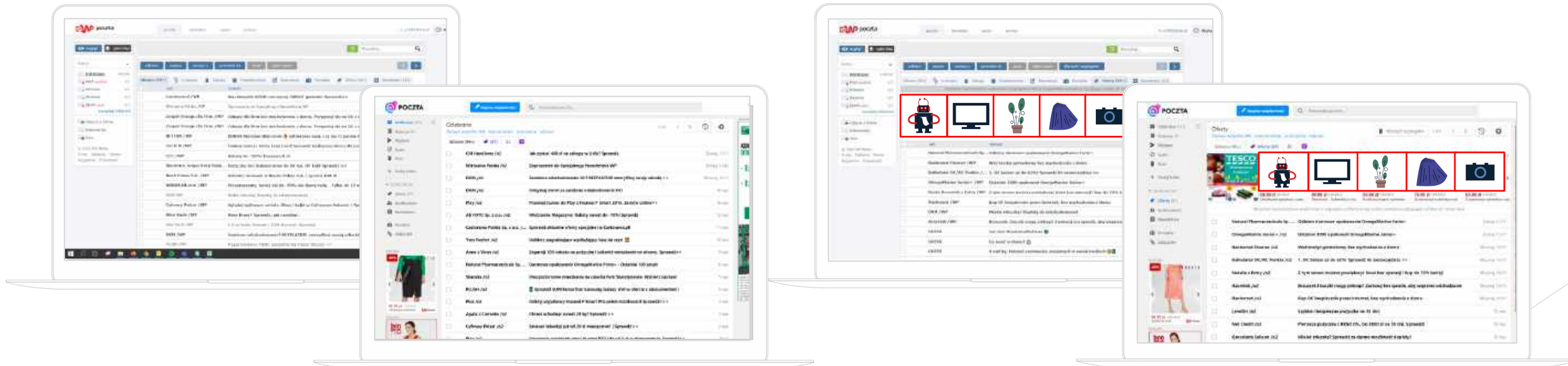
| Korzyści:

- **9,4 mln** aktywnych kont / miesięcznie

Mailing / Segregator

| Korzyści:

- **9,4 mln** aktywnych kont / miesięcznie

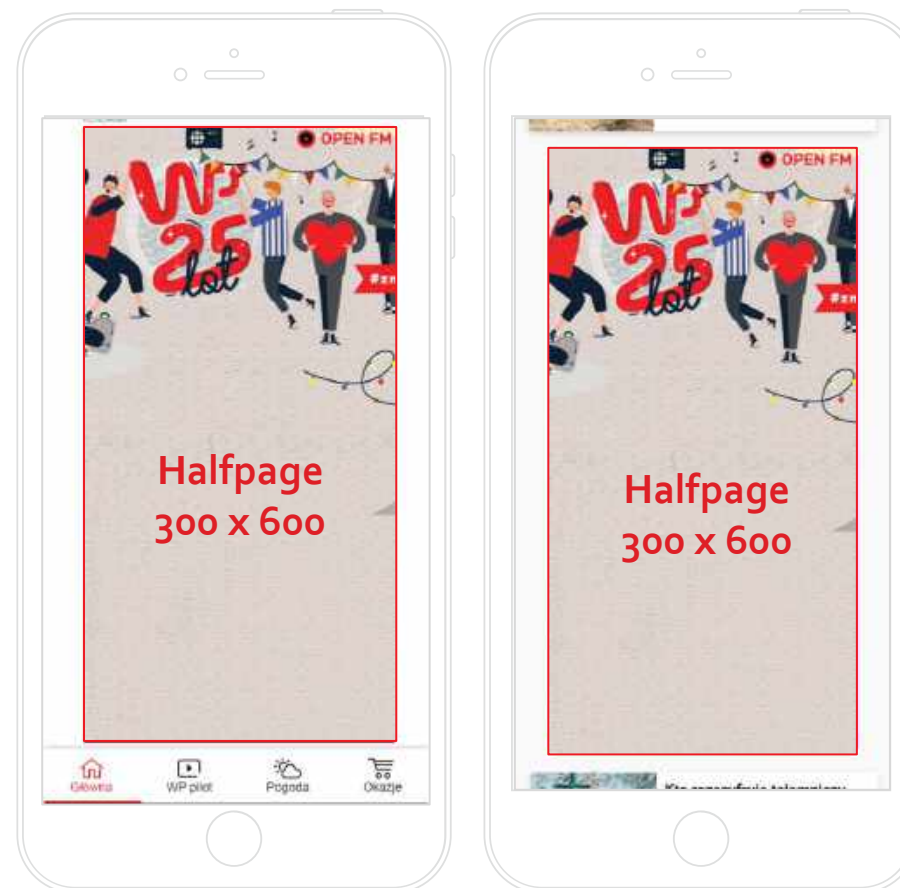


Mobilny Halfpage dniówka na SG WP lub o2 (SG+ROS)



Korzyści:

- Większa przestrzeń dla komunikatu
- 100% uwagi użytkownika
- Zasięgi SG WP: **2,5 mln** UU / **5,3 mln** PV (-10% adblock)
o2: **706 tys.** UU / **1,1 mln** PV (-10% adblock)

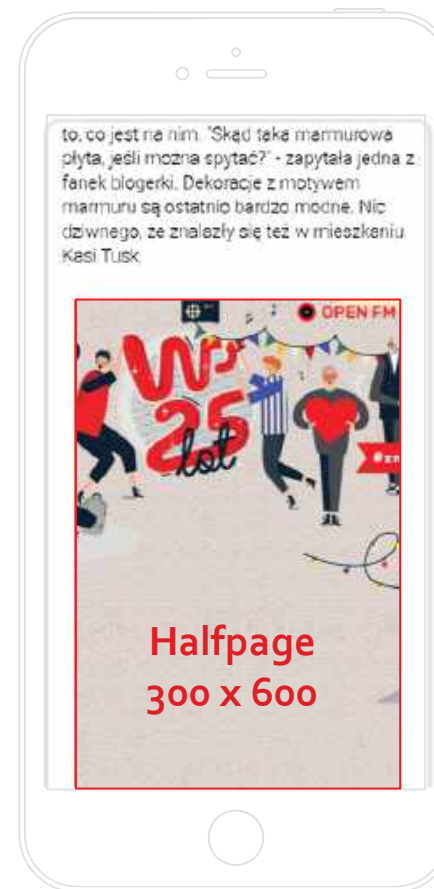


Mobilny Halfpage w pakiecie widzialnych odstęp



| Korzyści:

- Większa przestrzeń dla komunikatu
- 100% uwagi użytkownika
- CTR **0,6%**



Dniówka Rectangle Dolny na SG WP (mobile)



Korzyści:

- Dobra ekspozycja komunikatu w głównym streamie newsowym
- CTR **0,6%**
- **2,5 mln** UU / **5,3 mln** PV (-10% adblock)

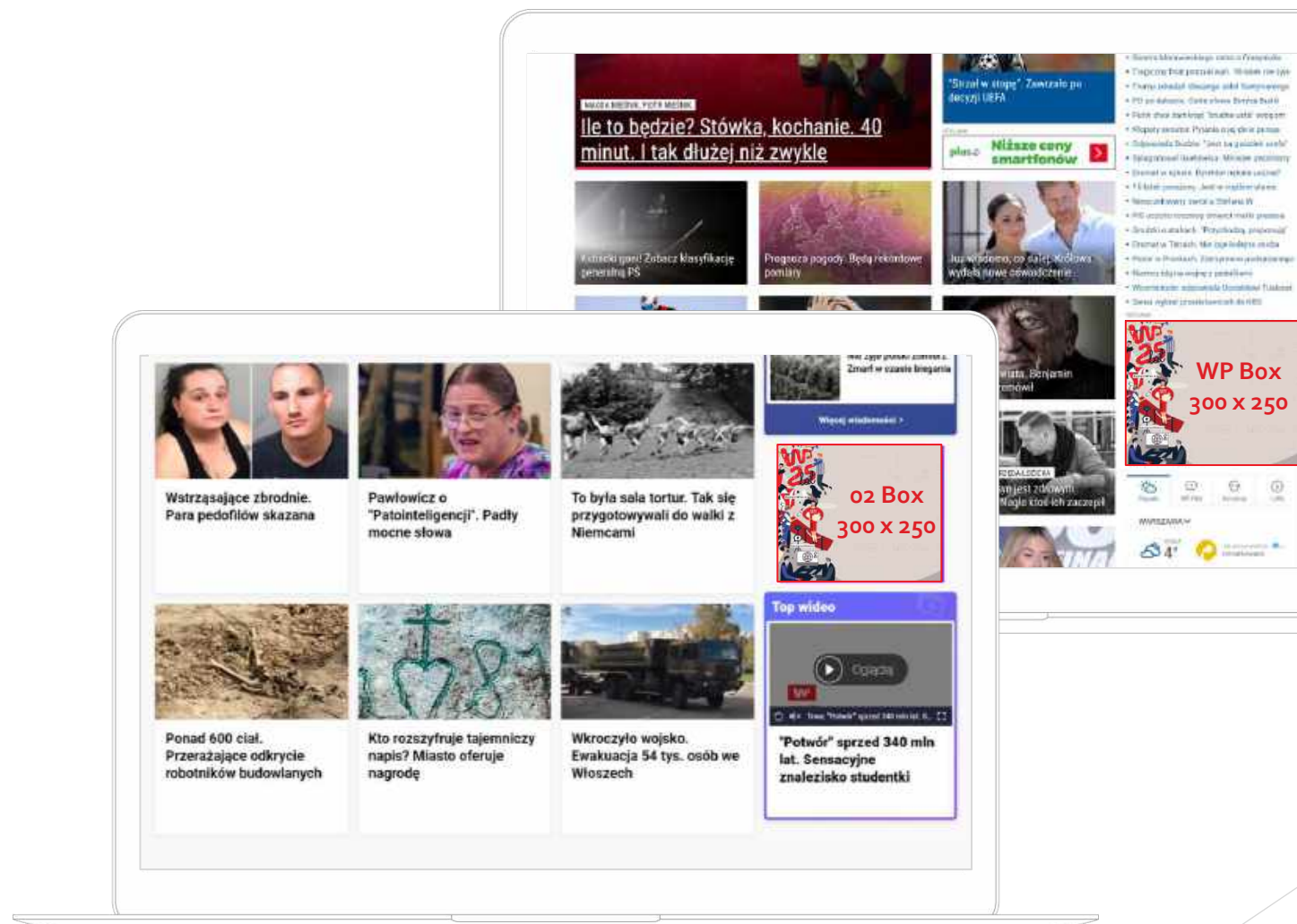


WP Box Wiadomości na SG WP i o2 Box na SG o2 w pakiecie (desktop)



Korzyści:

- Dobra ekspozycja formatu w streamie wiadomości
- **2,5 mln** UU i **13,3 mln** PV (-30%adblock)

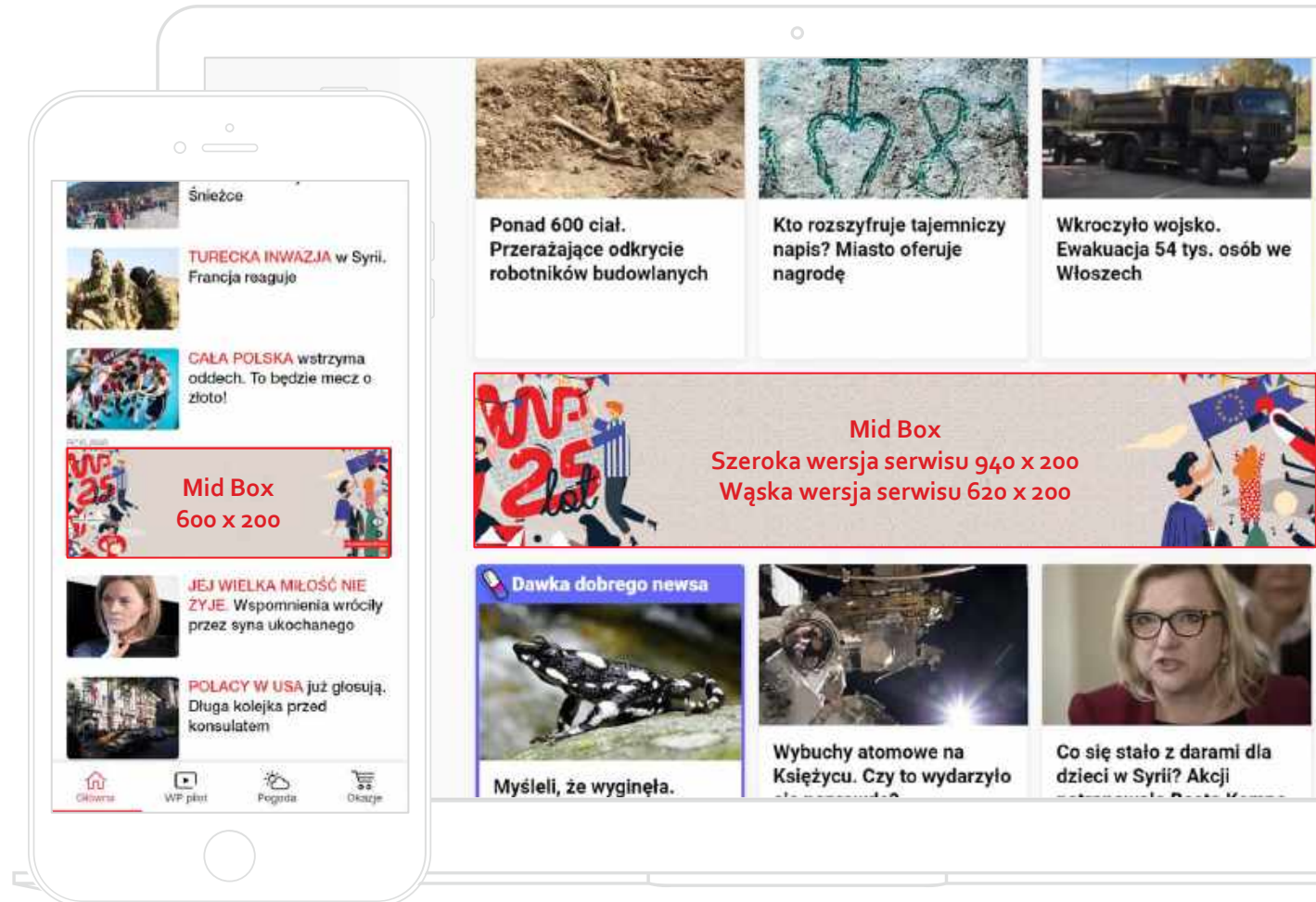


Midbox na SG WP (multiscreen) i na SG o2 (desktop) w pakiecie



Korzyści:

- Nowość w serwisie o2 – efekt świeżości
- Doskonała ekspozycja marki
- CTR **0,07-0,13%**
- **2,5 mln** UU i **14 mln** PV (-30% adblock)

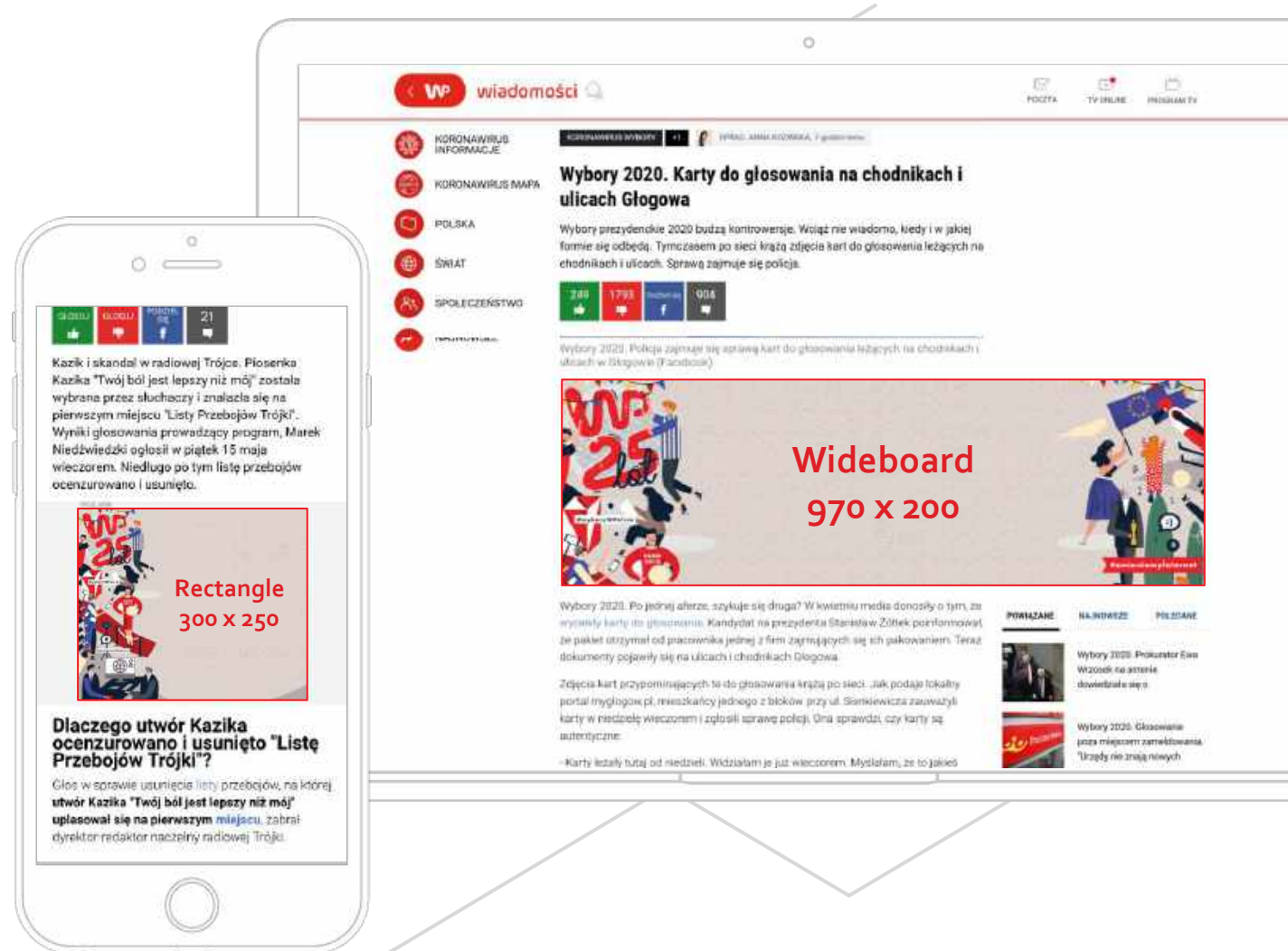


Dniówka Geo Prime-Time



Korzyści:

- Idealna propozycja dla klientów z ofertą czasową, promocją ramówek, premier filmowych
- Wykorzystanie zasięgu WP Media
- Doskonała ekspozycja na samej górze strony
- Emisja w wybranych blokach czasowych
- **Dostępne formaty:**
Double Billboard lub Wideboard, Mobilny Rectangle



Dniówka Geo Prime-Time



Gwarantowana liczba vCPM	Województwo	Przedział czasowy
1 mln	mazowieckie, śląskie, wielkopolskie	07:01 - 14:00
		14:00 - 23:59
500 tys.	małopolskie, dolnośląskie, pomorskie, łódzkie, kujawsko- pomorskie	07:01 - 14:00
		14:00 - 23:59
300 tys.	podkarpackie, lubelskie, zachodniopomorskie, warmińsko- mazurskie	07:01 - 14:00
		14:00 - 23:59
100 tys.	podlaskie, świętokrzyskie, lubuskie, opolskie	07:01 - 14:00
		14:00 - 23:59

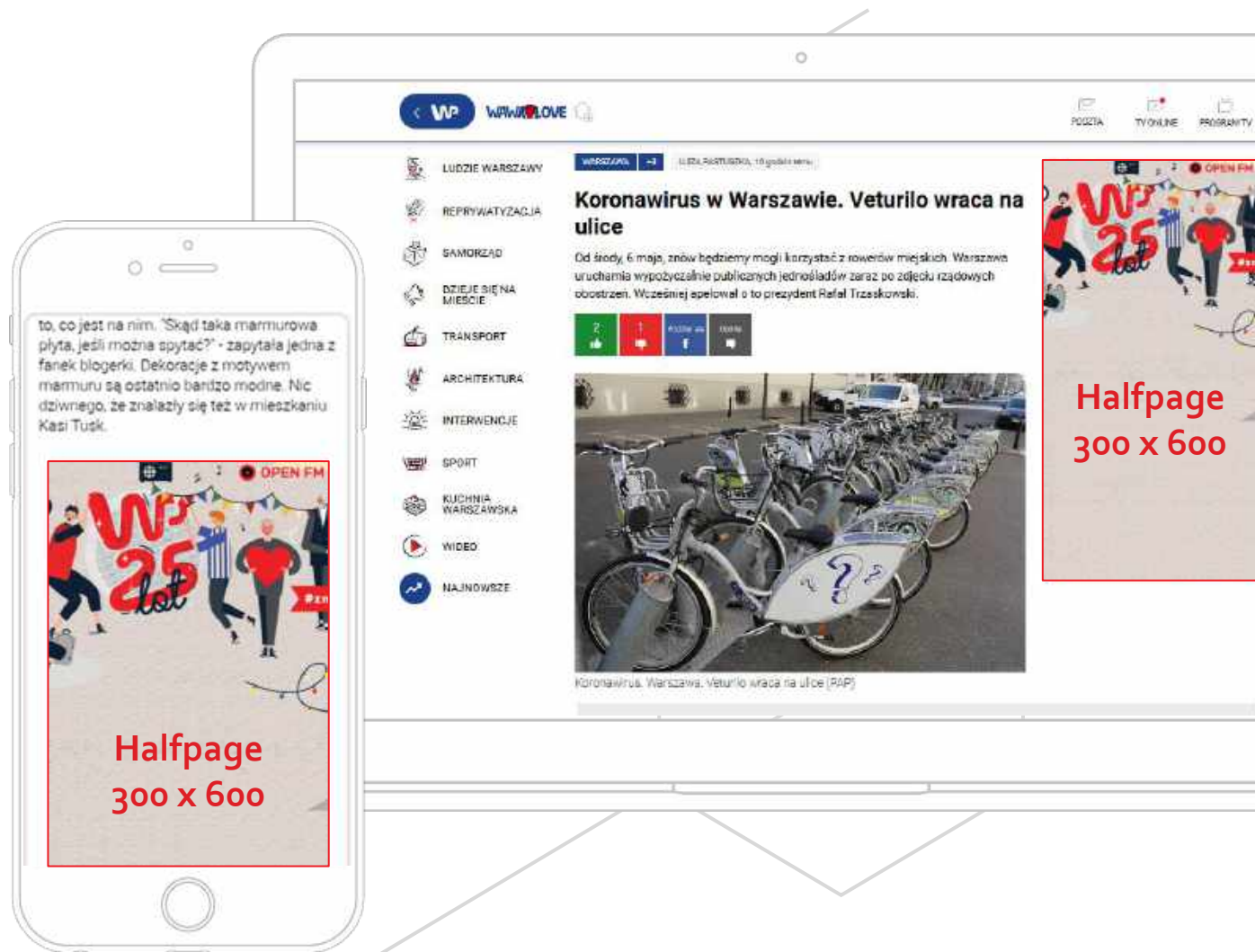
*Emisja TG na jedno wybrane województwo. Formaty: Desktop: Double Billboard lub Wideboard
Mobile: Rectangle

Halfpage na serwisach regionalnych



Korzyści:

- Precyzyjne dotarcie do klientów z województwa mazowieckiego oraz dolnośląskiego
- Wysokie viewability reklam:
desktop **85%**
mobile **75%**

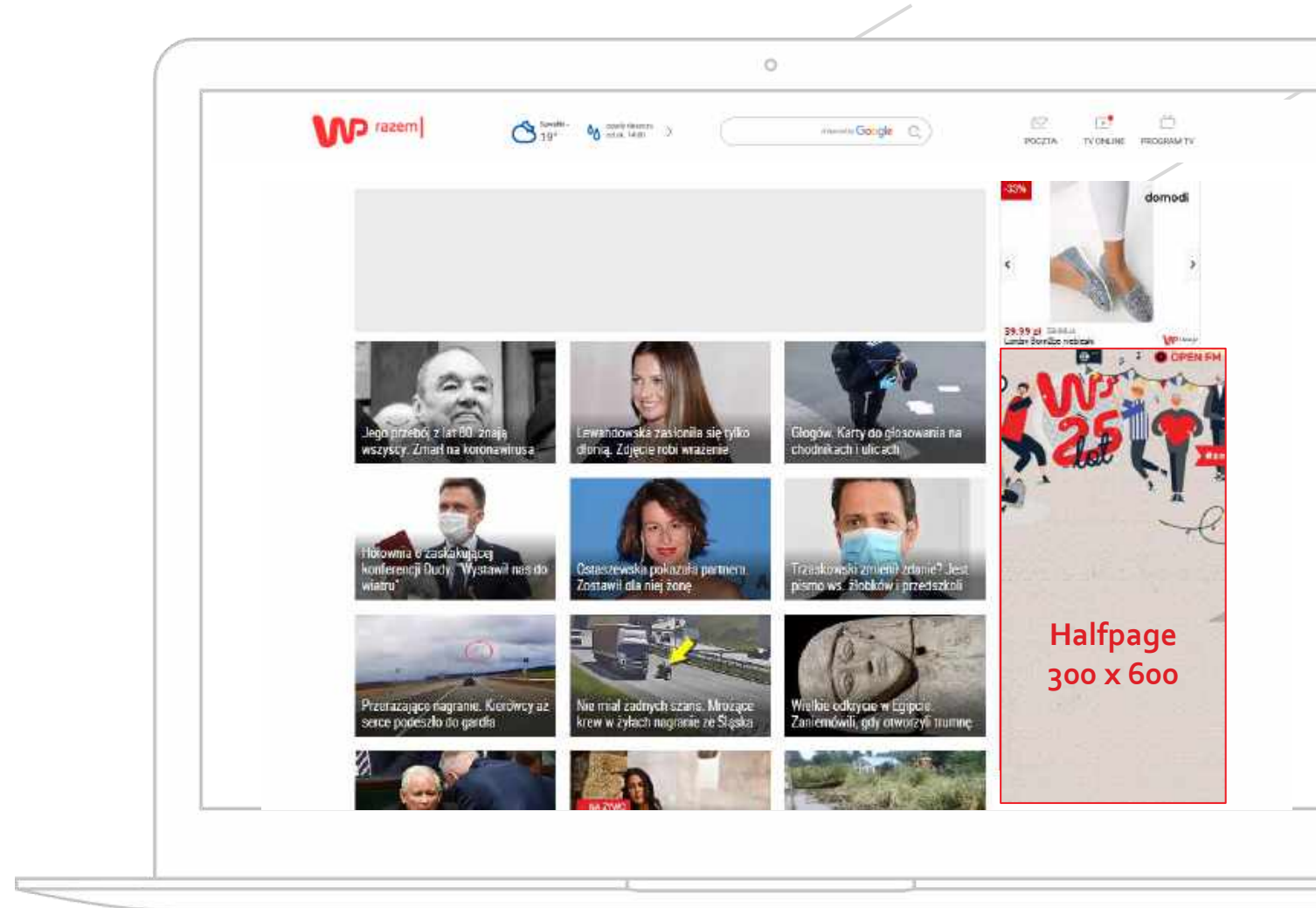


Geo Halfpage w module wiadomości na SG WP



Korzyści:

- Obecność w przestrzeni premium przy głównym streamie wiadomości



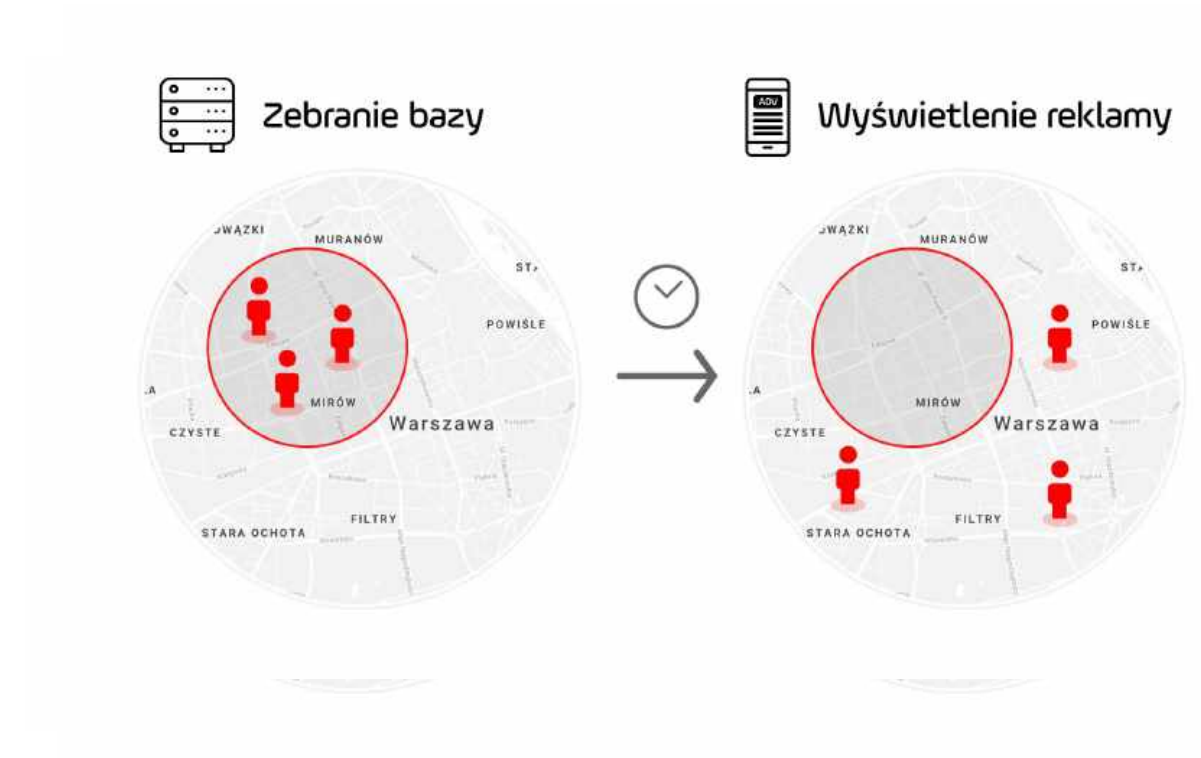
!Nowość! WP Trapping



| Korzyści:

- Precyzyjne dotarcie do wybranych użytkowników w określonym miejscu i czasie.
- Połączenie kampanii online z offline
- Atrakcyjne segmenty użytkowników przebywających m.in. w centrach handlowych, marketach budowlanych, dyskontach spożywczych, salonach motoryzacyjnych.

| Wycena indywidualna, w modelu efektywnościowym lub vCPM*



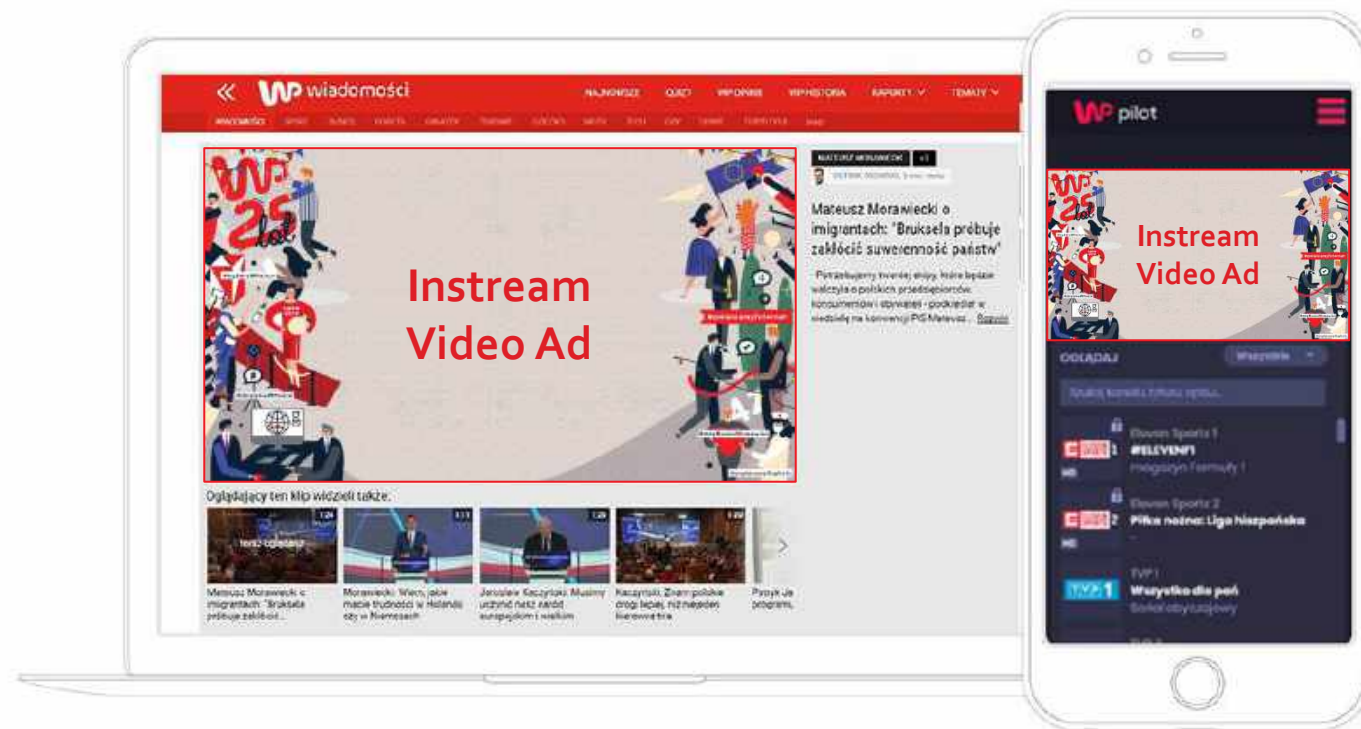
- * dopłata +50% za Geo Trapping do vCPM standardowego formatu reklamowego

Instream Video Ad (multiscreen) vCPM, CPV, 3x100 (vCPM + CPV)*



| Korzyści:

- Zasięg **30 mln UU** / miesiąc
- Promocja **-40%** dla emisji na WP Pilot



Pakiety tematyczne w cenie pakietów zasięgowych

vCPM – rozliczenie za widzialne odsłony; CPV – rozliczenie za pełne odtworzenia; 3x100 – rozliczenie za widzialne odsłony i pełne odtworzenia

Premium Video Ad (DAI) w kanale Telewizji WP w WP Pilot



Korzyści:

- Dobudowanie zasięgu TV
- Lepsza personalizacja reklam niż w telewizji linearnej
- Nowa przestrzeń dla video online
2 mln streamów miesięc
- Viewability powyżej **90%**
- VTR powyżej **80%**



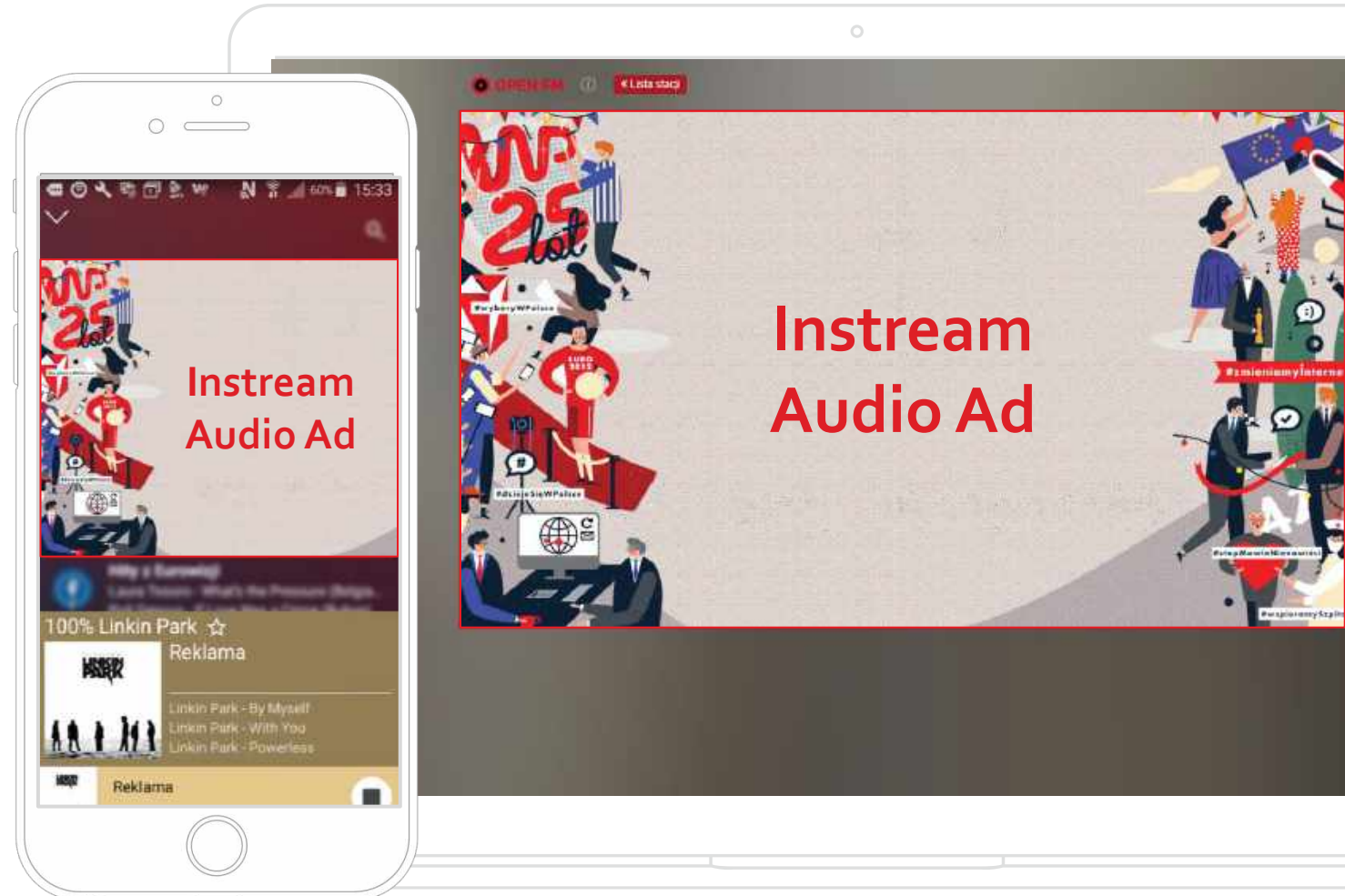
*Reklama piwa może być emitowana w godzinach 20:00-6:00, reklama bukmacherki 22:00-6:00, reklama produktów dla dzieci nie może się emitować przy filmach dla dzieci. Wszystkie zasady emisji spisane w dokumencie zasad emisji DAI.

Audio Ad w Open FM, również w kanale #wdomu



| Korzyści:

- Niski clutter reklamowy
- **8 mln** audio streamów / miesiąc
- **22,5 mln** video streamów / miesiąc

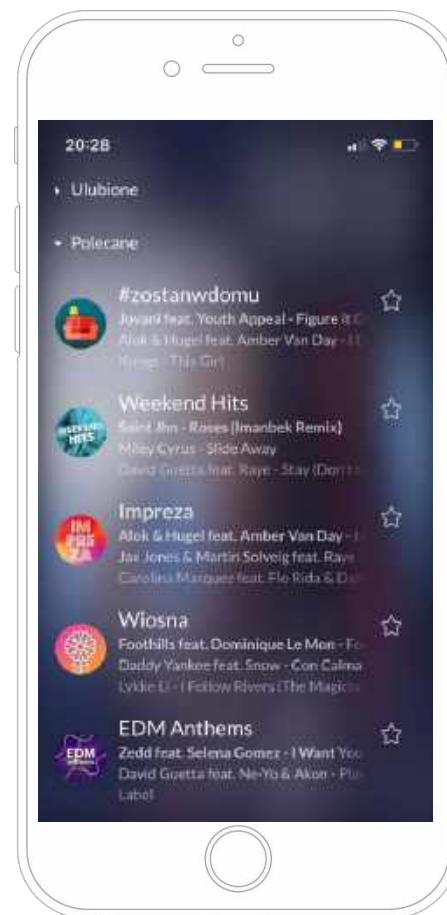


Sponsoring Stacji Radiowej OpenFM



Korzyści:

- Nowy kanał **W domu**
- Gwarancja dotarcia do dużej grupy odbiorców
- Zasięg minimum **150 tys.** UU / tydzień
- Różnorodne kanały dotarcia





Patronaty Wydarzeń e-sportowych np. w WP Sportowe Fakty

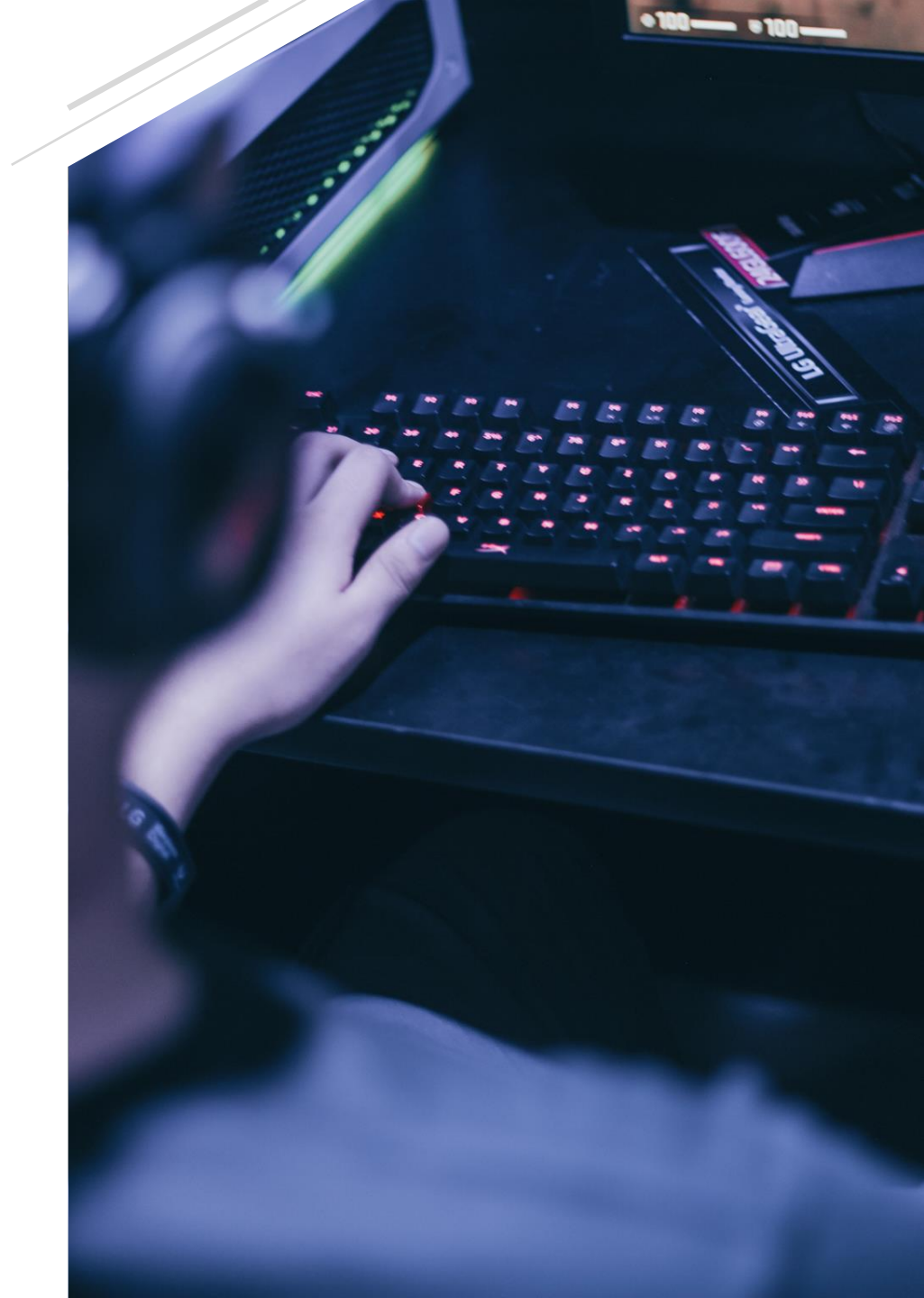
Korzyści:

- | Redakcyjne wsparcie wydarzeń w ramach Patronatu Medialnego
- | Zebranie treści dotyczących wydarzenia pod jednym tagiem, śledzenie użytkowników przez narzędzia Big Data
- | Realizacja kampanii reklamowych w oparciu o tagi (kontekstowo do treści) oraz segmenty
- | Możliwość rozszerzenia komunikacji na social media WPM
- | Naturalna obecność marki, produktu, usługi w przestrzeniach jej aktywności
- | Utrzymanie komunikatu reklamowego w bezpiecznej przestrzeni mediowej
- | Bezpośrednie nawiązanie do obecności marki w wydarzeniach związanych z gamingiem

Facebook Live – dedykowana audycja live w social media WP Technologie

Korzyści:

- | Realizacja live publikowana przez redaktora WP (20-30 minut)
- | Klient oznaczony w poście jako partner biznesowy
- | Dystrybucja na bazie wybranego fanpage z linii WP Technologie
- | Możliwość realizacji w czasie live ankiet, Q&A – działań zwiększających zaangażowanie
- | Po zakończeniu relacji, live na fanpage'u w pełnej długości
- | Promocja zmontowanego materiału wideo do określonego targetu
- | Naturalna obecność marki w angażującym formacie
- | Zachowanie brand safety dzięki zaangażowaniu redaktora
- | Efekt share w mediach społecznościowych
- | Dotarcie do precyzyjnie określonego targetu





Zaangażuj odbiorcę
#zaangażowanie



Natywna Mobilna WP Karuzela

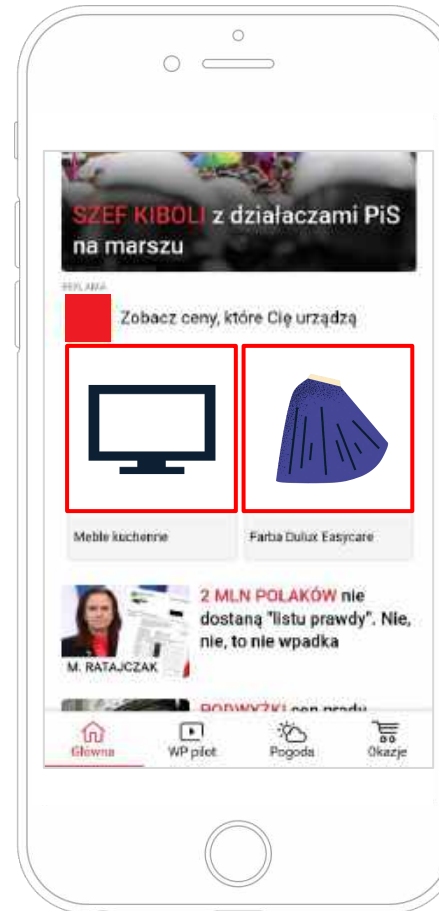


Korzyści:

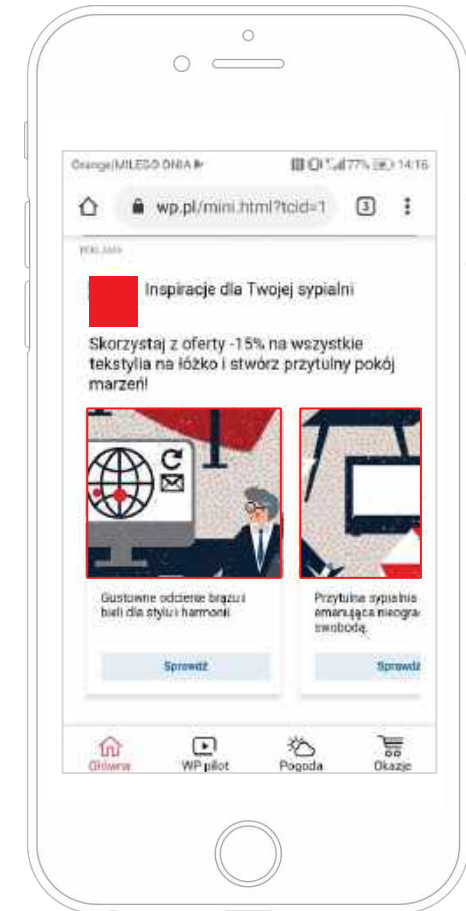
- Formatu wkomponowany w otoczenie
- Dobra ekspozycja produktu
- CTR **0,4-0,7%**

Wycena:

- WP Karuzela Standard **+15%** dopłaty do ceny Rectangle
- WP Karuzela XL **+30%** dopłaty do ceny Rectangle



WP Karuzela Standard



WP Karuzela XL

Mobile Rich Media: Scroll Reveal Video, Banner Expand to FullScreen

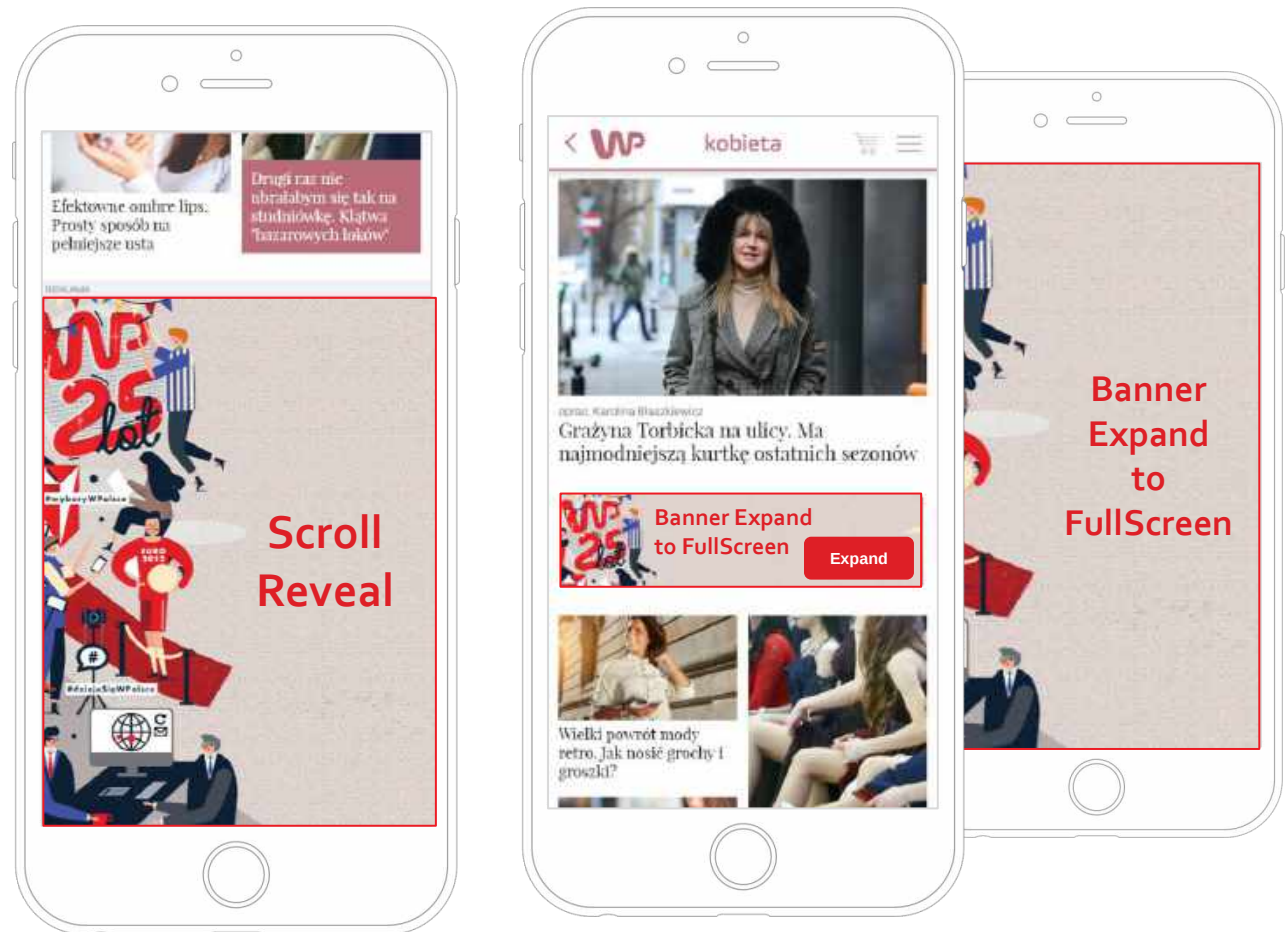


| Korzyści:

- Angażujący format
- Przyciąga uwagę

| Wycena:

- Emisja w modelu vCPM lub FF na serwisach WPM
- Scroll Reveal Video **+50% dopłaty** do Halfpage'a
- Banner Expand to FullScreen **+50% dopłaty** do Rectangla'a

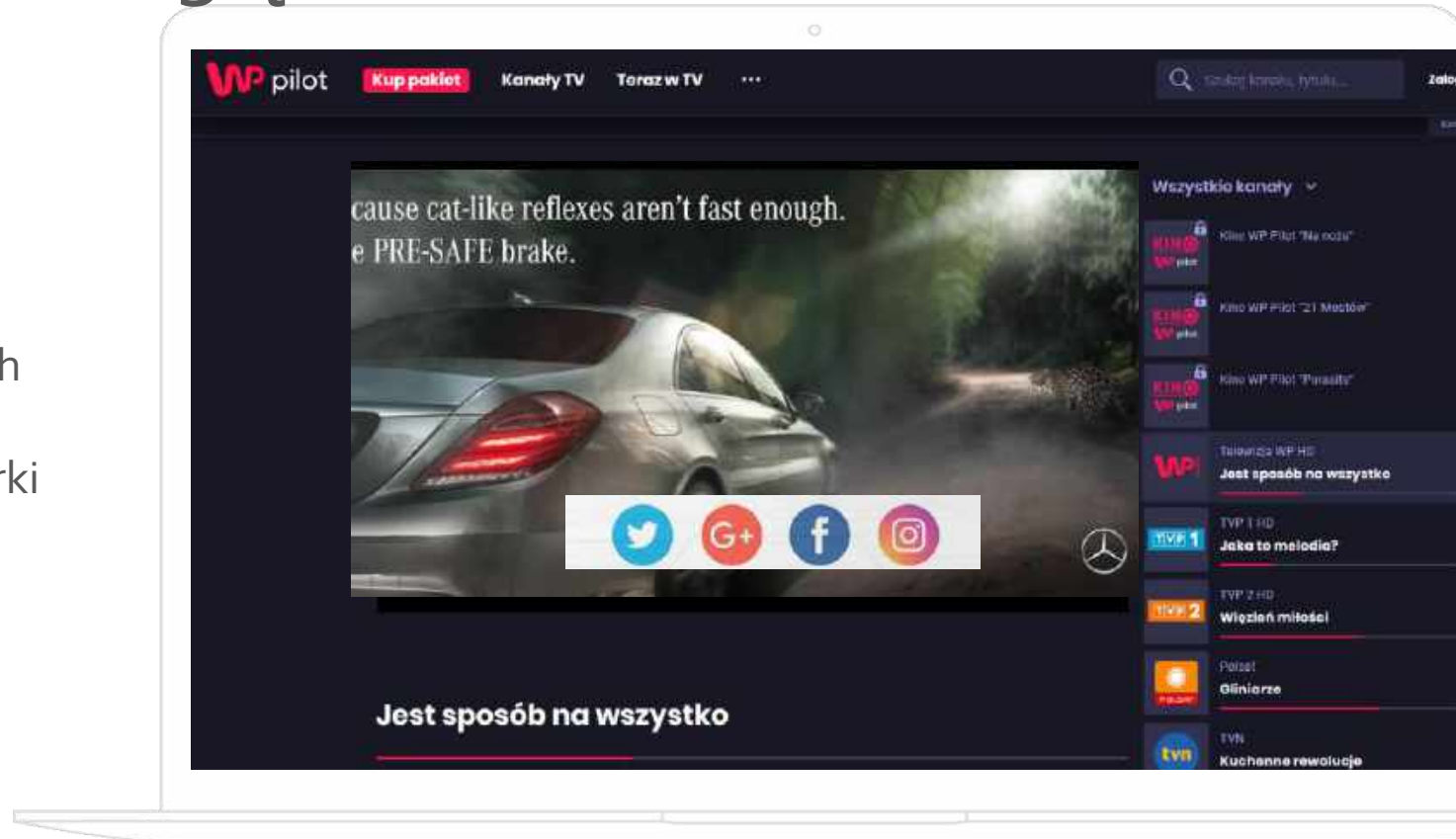


Interaktywny Spot Wideo oparty o technologię VPAID



| Korzyści:

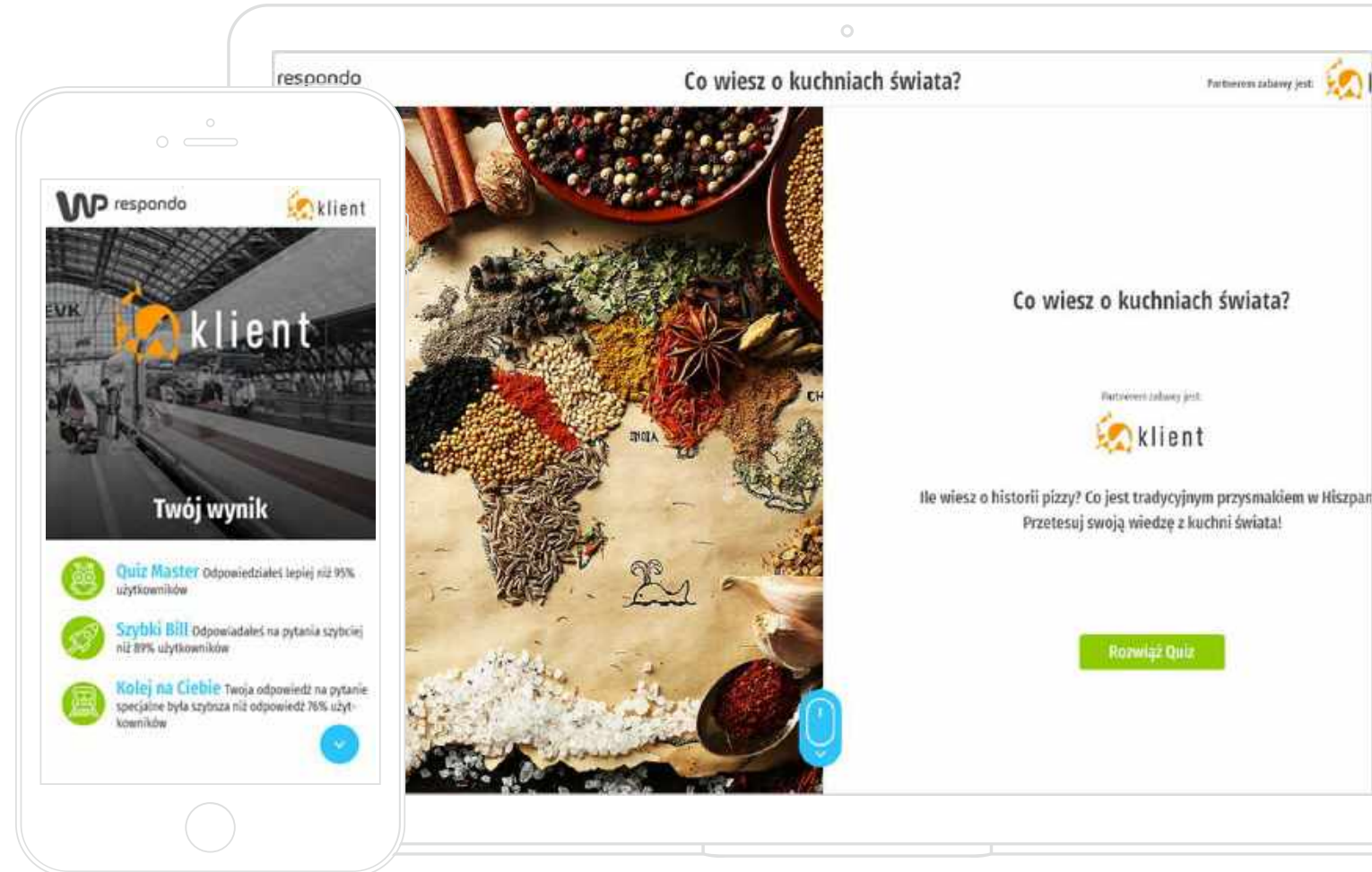
- Możliwość wykorzystania interaktywnych nakładek na powierzchni spotu
- **+67%** zaangażowania i świadomości marki
- **+40% CTR** szczególnie w przestrzeni: WP Pilot, WP Wideo, Open FM
- **9,5 mln** UU / miesiąc



Quiz Respondo



- | **66%** respondentów zgadza się ze stwierdzeniem, że interaktywność ma pozytywny wpływ na zaangażowanie użytkowników.*
- | **Korzyści:**
 - Angażująca forma to dłuższy czas kontaktu z komunikatem marki
 - Zasięg **15 tys.** UU



*Według raportu The CMO Club z sierpnia 2019 r.

Artykuł Interaktywny



| **58%** pytanych w CMO w USA podkreśla pozytywny wpływ contentu interaktywnego na kształtowanie świadomości marki.*

| Korzyści:

- Interaktywna prezentacja treści wpływająca na zaangażowanie użytkowników
- Zasięg **20 tys.** UU



*Według raportu The CMO Club z sierpnia 2019 r.

Cykl: Mistrzowie (e)sportu!

Korzyści:

- | Pokazanie sylwetek najlepszych polskich esportowców (wielu z nich jest rozpoznawalnych na całym świecie)
- | Prowadzony przez doświadczonego redaktora to gwarancja merytorycznych treści
- | Interaktywna forma czyli wywiad (lub rozmowa wideo) z możliwością zadawania pytań przez czytelników
- | Ekspozycja na SG WP i WP Sportowych Faktach
- | Szerokie dotarcie do fanów esportu oraz czytelników spoza corowej grupy
- | Komunikacja w social mediach WP Sportowych Faktów



Projekt: E-sport 2020

Korzyści:

- | Odpowiedź na pytanie: jaka przyszłość czeka e-sport?
- | Merytoryczne, eksperckie podejście do tematu e-sportu
- | Pokazanie e-sportu jako dynamicznego zjawiska z dużym potencjałem (szczególnie w sytuacji pandemii)
- | Wideo, wywiady czyli treści premium
- | Rozmówcy to najważniejsze postaci rynku e-sportowego (organizatorzy turniejów, menedżerowie, zawodnicy)
- | Promocja na SG WP i WP Sportowych Faktach, w social mediach Sportowych Faktów



Turniej: Karuzela Streamerów

Korzyści:

- | Turniej dla topowych graczy-streamerów - zaangażowanie esportowej społeczności
- | 8 graczy mierzy się w emocjonujących rozgrywkach, zwycięzca zgarnia nagrody
- | Transmisja na kanałach Twitch graczy czyli dotarcie do fanów gier
- | Transmisja w WP Sportowych Faktach (z komentarzem profesjonalnego komentatora esportowego), czyli dotarcie do szerszego grona odbiorców
- | Projekt prowadzony wspólnie z agencją marketingu gamingowego, czyli dopasowanie do społeczności e-sportowej
- | Możliwość brandingu streamów i lokowania produktów



Wideo: Smacznego na dzień dobry



- | **64%** klientów deklaruje, że kupują produkty częściej po obejrzeniu materiałów wideo*
- | **Korzyści:**
 - **Ekspozycja produktu / usługi** – lokowanie szyte na miarę, adresujące najważniejsze KPI produktu / usługi
 - Treści w cyklu pełnym pomysłów na nowe, zdrowe przepisy kulinarne
 - **Zasięgi: 300 tys.** rozpoczętych streamów, premiera: SHR: **0,30%** **AMR: 5500 os.** (emisja w telewizji offline)



Przykład: <https://wideo.wp.pl/smacznego-na-dzien-dobry-odcinek-1-przepis-na-pyszne-pancakes-6493101702878849v>

* Źródło: <https://blog.hubspot.com/marketing/wideo-marketing-statistics#sm.00001r7hm2mnoecwuqoef8tg2pbt>

Wideo: WP kontra auto



| Korzyści:

- **Angażujący test wideo** spersonalizowany pod wartości marki i unikalne atrybuty modelu
- **Ekspozycja produktu**, czyli komplet informacji na temat modelu
- Wysokie zaangażowanie i dłuższy czas spędzony przez widza przy wideo
- **Zasięgi: 300 tys.** rozpoczętych streamów wideo, **15 tys.** rozpoczętych video views (social media)



Przykład: <https://vimeo.com/409054931>

Wideo: Nocne rozmowy o...



| Korzyści:

- **Wzmocnienie wizerunku marki** wśród potencjalnych Klientów
- **Możliwość zaprezentowania produktu** w angażującym programie redakcyjnym, w przestrzeni miejskiej
- Duża wiarygodność przekazu
- **Zasięgi: 400 tys.** rozpoczętych streamów wideo, **15 tys.** rozpoczętych video views (social media)



Wideo: Autocentrum plus

| Korzyści:

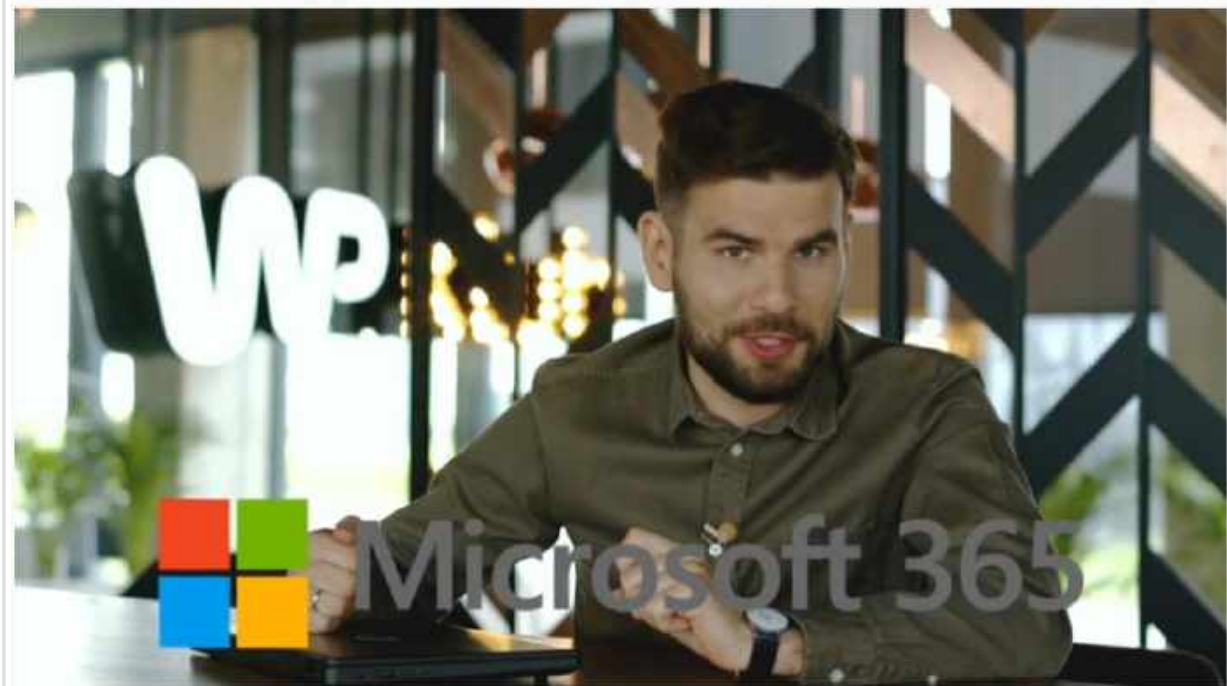
- **Kompleksowe kompendium wiedzy** na temat danego modelu samochodu, stworzone przy współpracy z klientem
- Prowadzący to **twarz znana dla stałych użytkowników serwisu czyli Michał Gruszczyk**, redaktor, specjalista z dziedziny motoryzacji
- **Zasięgi: 100 tys.** rozpoczętych streamów wideo, **15 tys.** rozpoczętych video views (social media)



Wideo: Sprawdzam!



- | **90%** użytkowników twierdzi, że treści wideo pomagają im podejmować decyzje zakupowe*
- | **Korzyści:**
 - **Ekspozycja zalet produktu**, prezentacja produktu w formacie wideo, przedstawienie mocnych stron produktu
 - Możliwość przekonania odbiorcy do zakupu poprzez **merytoryczny i rzetelny test wideo**
 - **Zasięgi: 400 tys.** rozpoczętych streamów SG WP i w kontekstowo dopasowanym serwisie



Przykład: <https://www.youtube.com/watch?v=DcbJkmuGBgM&feature=youtu.be>

* Źródło: <https://blog.hubspot.com/marketing/wideo-marketing-statistics#sm.00001r7hm2mnoecwuqof8tg2pbta>



Popraw efektywność
Twoich działań
komunikacyjnych
#performance
#personalizacja

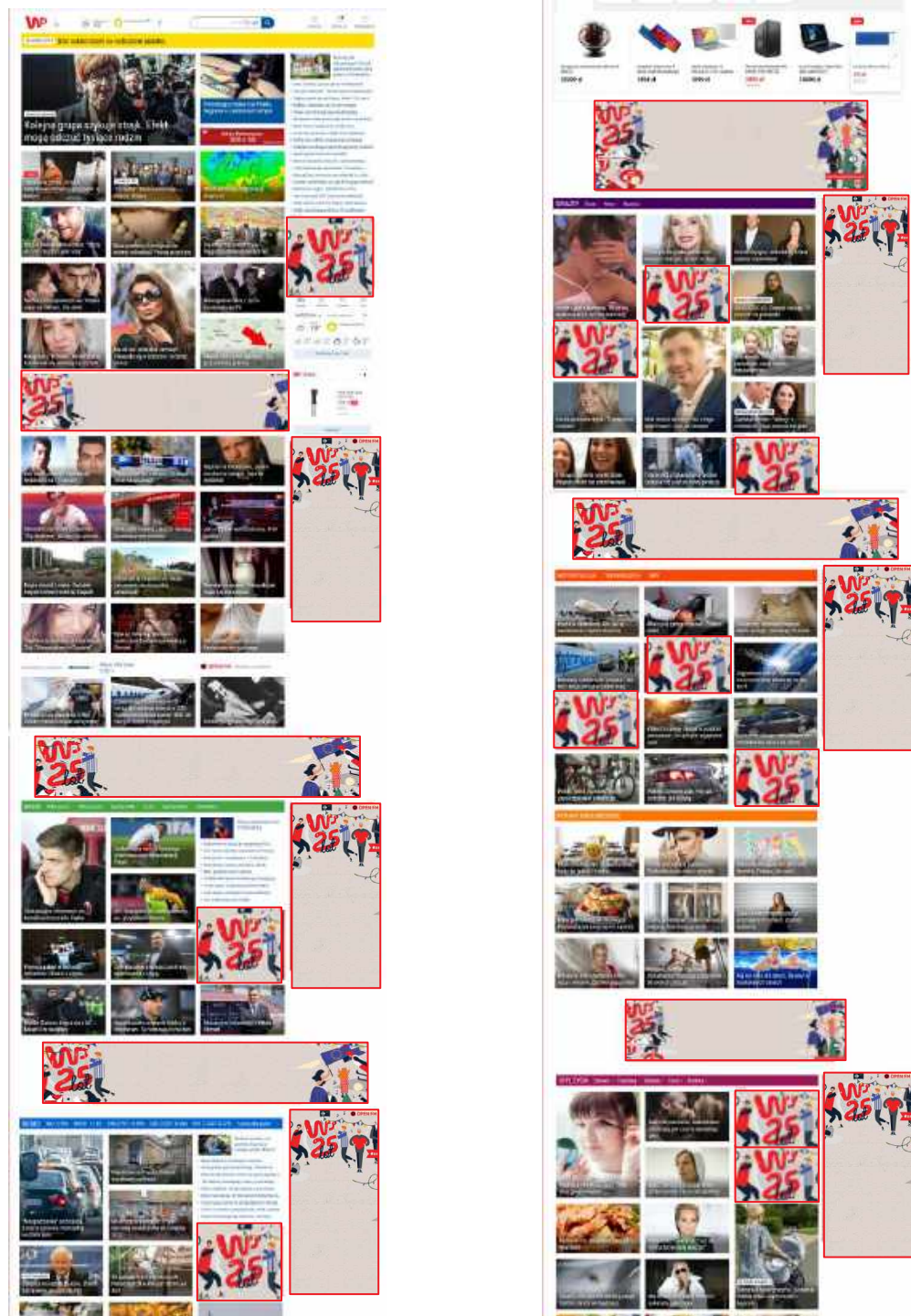


Performance Display na SG WP

Korzyści:

- Realizacja celu wizerunkowego w modelu efektywnościowym
- Szeroki wachlarz formatów na całej siatce reklamowej SG WP
- Budowa góry lejka konwersji → duże wolumeny klików. Średnio **10 tys.** / miesiąc

Wycena indywidualna, w modelu efektywnościowym



!Nowość! Mobilny Rectangle Skalowany



Korzyści:

- Wyższa efektywność kampanii: CTR nawet o **86% wyższy**
- Lepsza ekspozycja kreacji reklamowej
- Automatyczne skalowanie do szerokości ekranu

Wycena indywidualna, w modelu efektywnościowym



CTR
+12%



CTR
+36%

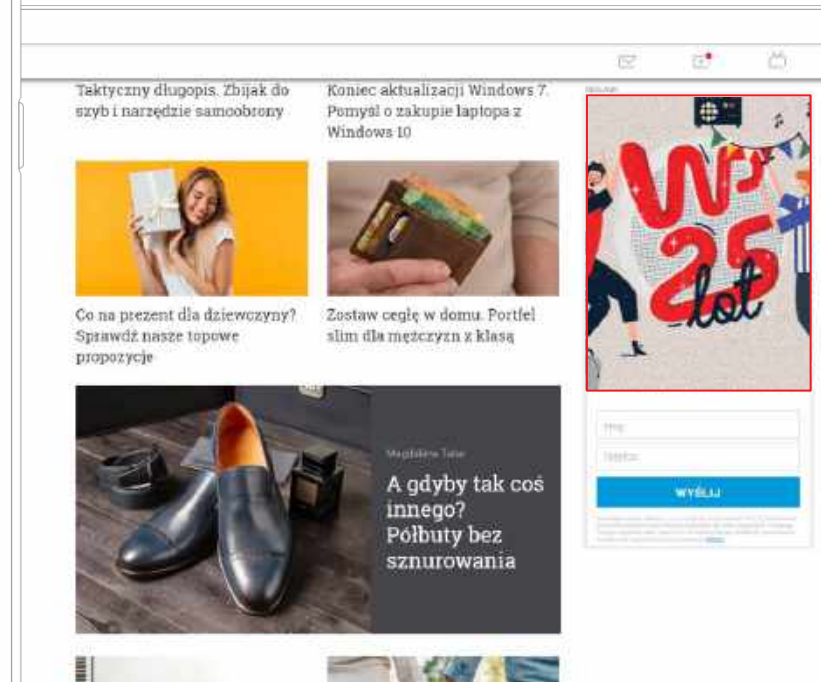
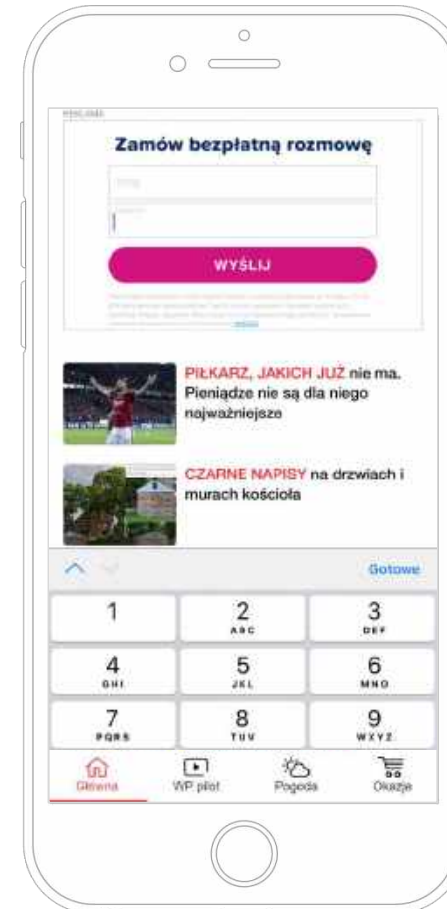
Formaty Display z Formularzem



Korzyści:

- Skrócenie ścieżki użytkownika do dokonania akcji
- Wykorzystanie natywnych funkcji mobile
- Prosty start: brak konieczności integracji IT po stronie klienta
- Zgodne z RODO

Wycena indywidualna, w modelu efektywnościowym



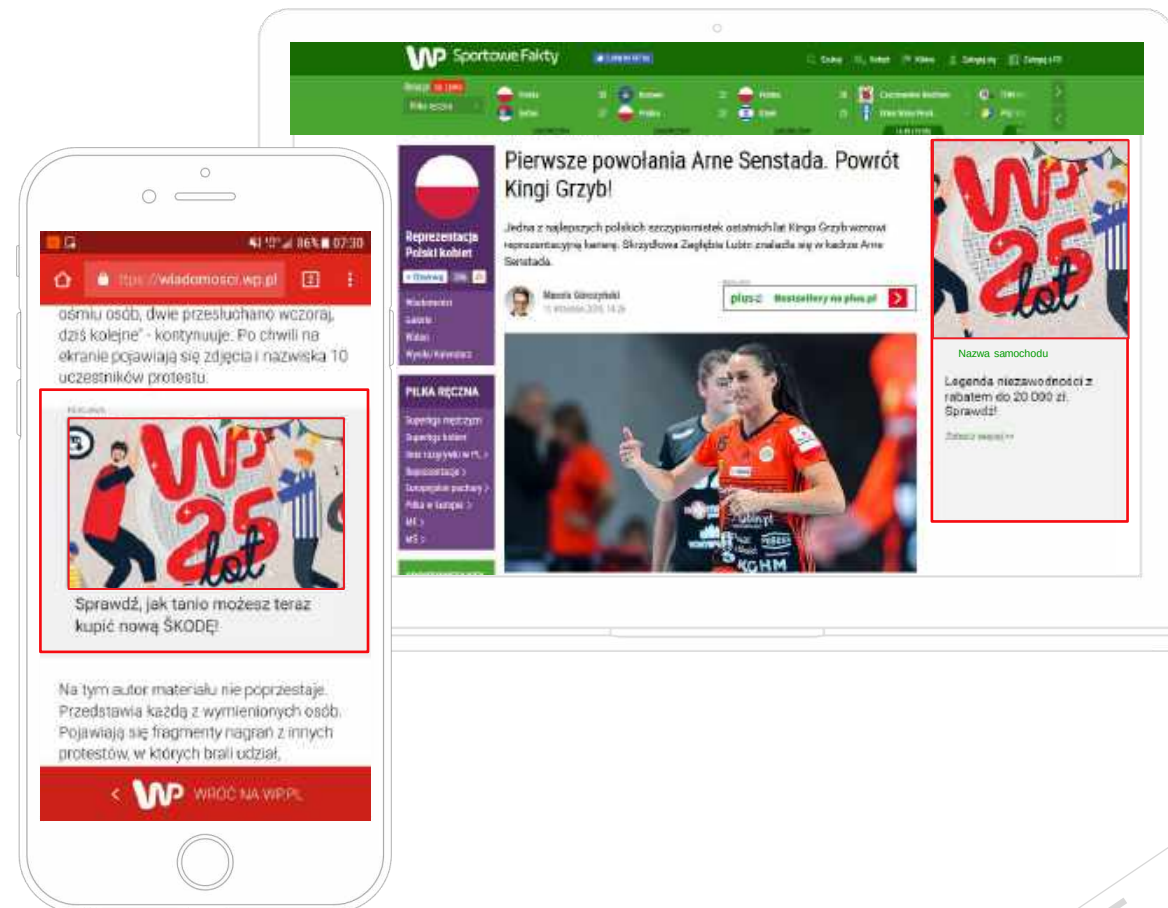
Native Ad



Korzyści:

- O **20-60%** bardziej angażująca niż standardowy display (FB & IHS Inc.)
- CTR o **20% wyższy** niż w display (WP)
- Mechanizm optymalizacji reklam pod kątem CTR
- Alternatywa dla AdWords
- Maksymalny zasięg na powierzchni WPM i BC
- Szablon i kolorystyka dopasowane do serwisu

Wycena indywidualna, w modelu efektywnościowym



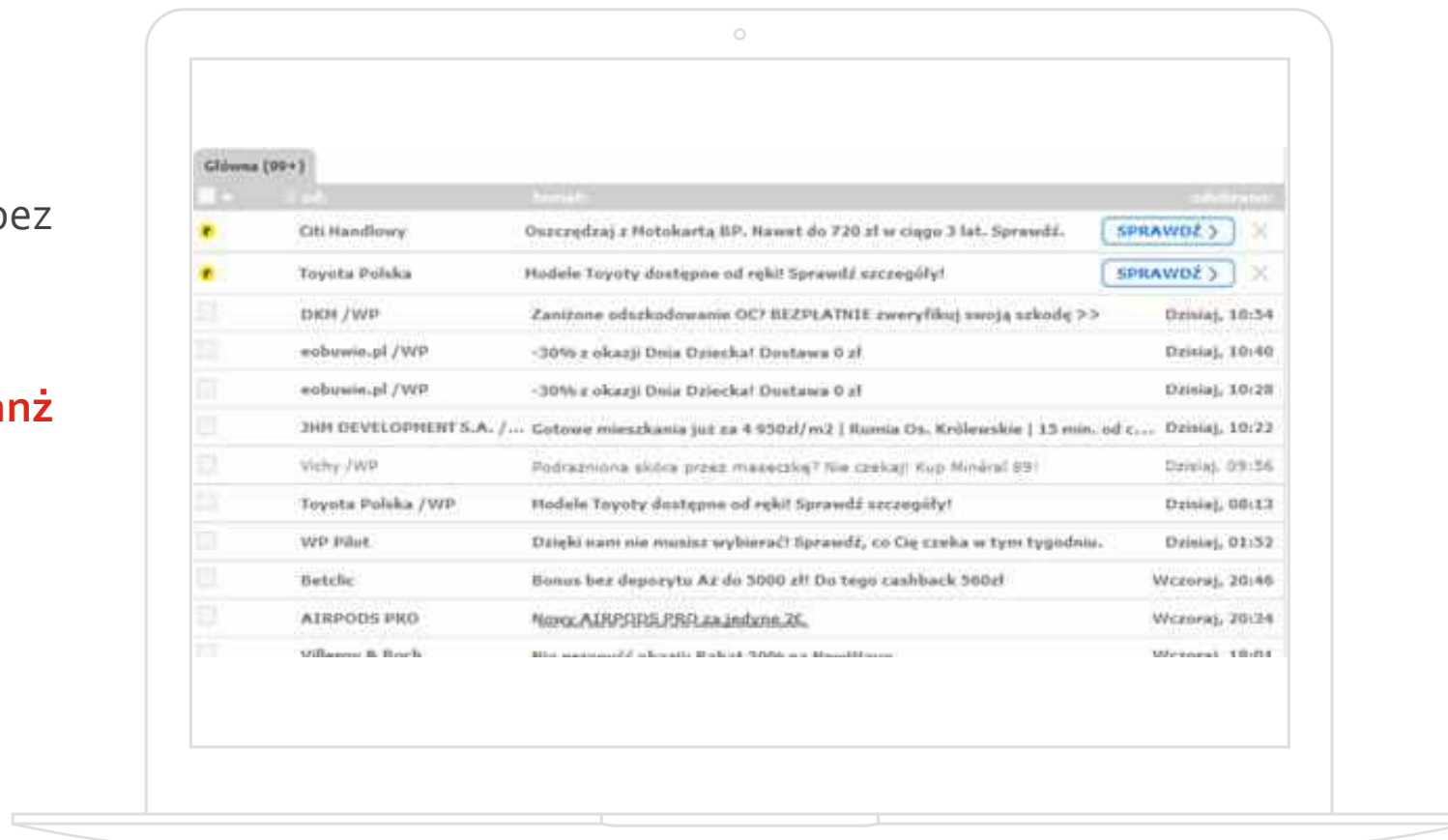
Native Link Premium na listingu zakładki głównej Poczty WP i o2



| Korzyści:

- Stała ekspozycja w Inboxie, bez zakładki oferty
- Prestiżowy placement
- **Produkt odpowiedni dla branż i klientów premium**

| Wycena indywidualna, w modelu efektywnościowym



Nowe szablony Dynamic Display

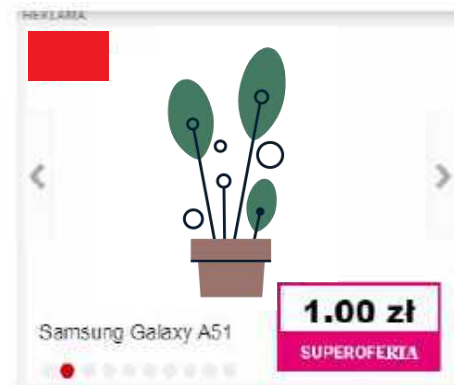


Korzyści:

- Niewielkie wymagania: feed + logotyp
- Retargeting oraz inspiracja na powierzchni WP oraz powierzchniach zewnętrznych
- Atrakcyjny wygląd i brak konieczności tworzenia kreacji przez klienta
- Możliwość rotacji z planszą statyczną
- Możliwość komunikacji dodatkowych elementów (darmowa dostawa, raty 0%, ...)



Wycena indywidualna



REKLAMA

-27%



79.99 zł 109.99 zł
Spodnie

-18%



89.99 zł 109.99 zł
Bluzka z falbanami

-13%



64.99 zł 74.99 zł
Sweter



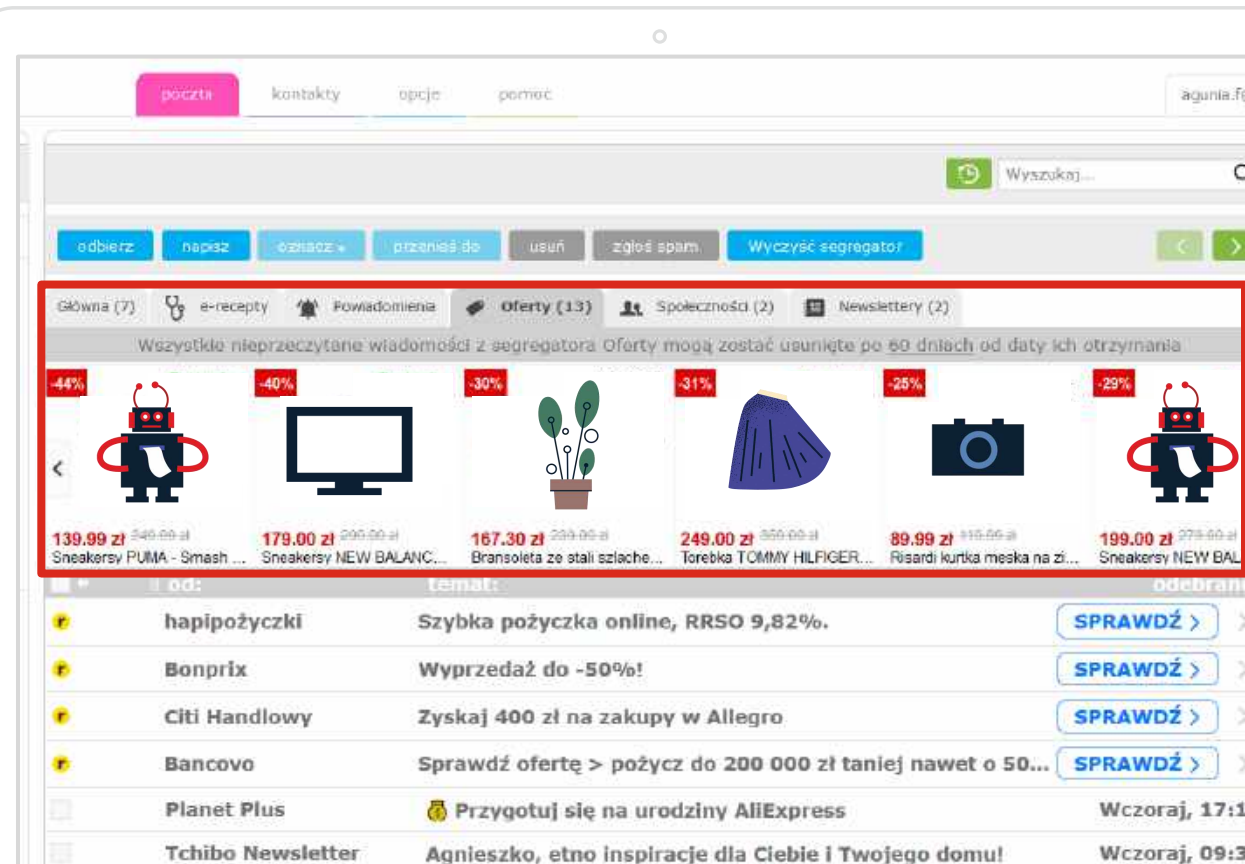
WP Okazje w e-commerce'owym otoczeniu



Korzyści:

- Minimalne wymagania na start (px, feed, logotyp)
- Emisja w e-commerce'owym otoczeniu (m.in.. Poczta, SG WP, SG o2, WP Kobieta, WP Facet, WP Tech)
- Retargeting oraz inspiracja

Wycena indywidualna, w modelu efektywnościowym

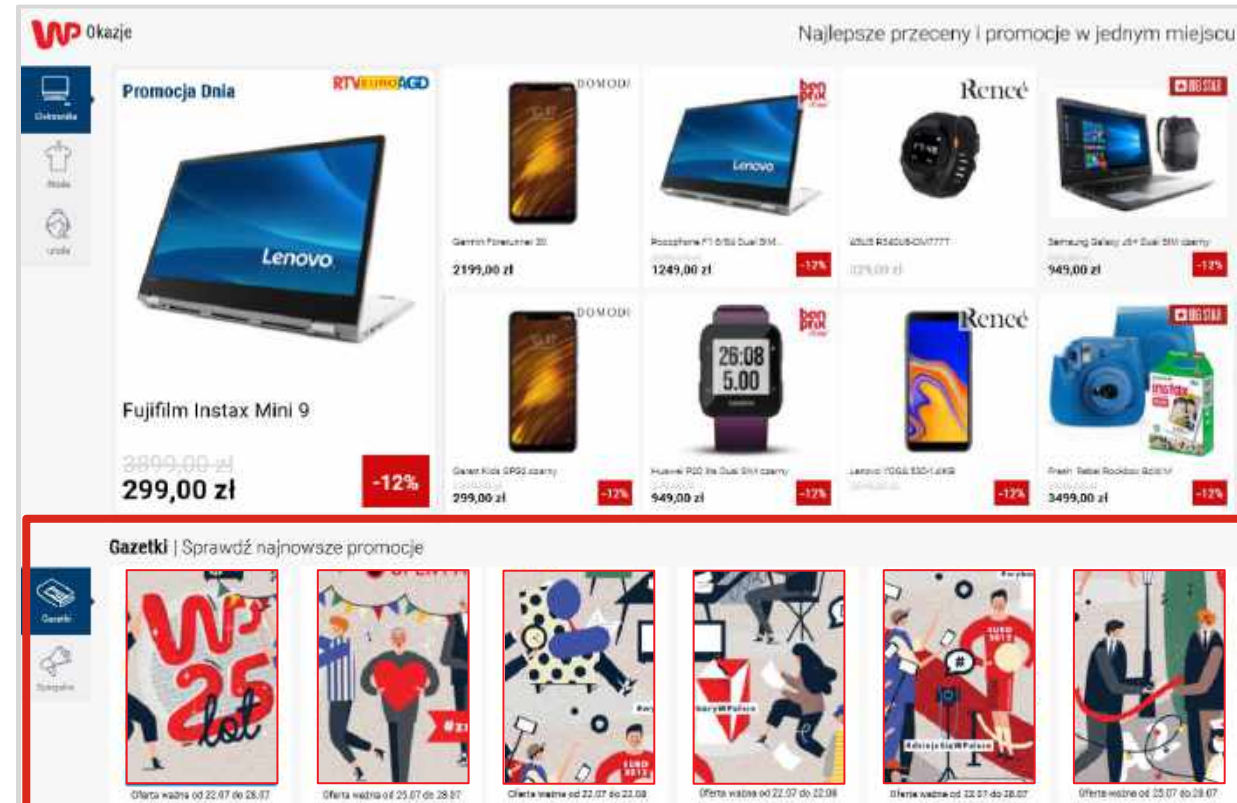


Gazetki w module WP Kokpit na SG WP+o2 i Poczcie WPM



Korzyści:

- Brak potrzeby przygotowywania kreacji – wystarczy url do gazetki na stronie klienta
- Możliwość pokazania wielu produktów
- Ekspozycja w module e-commerce'owym
- Użytkownik z większą intencją zakupową
- Rozliczenie CPC – płacisz tylko za klik w gazetkę reklamową



Retail dniówka

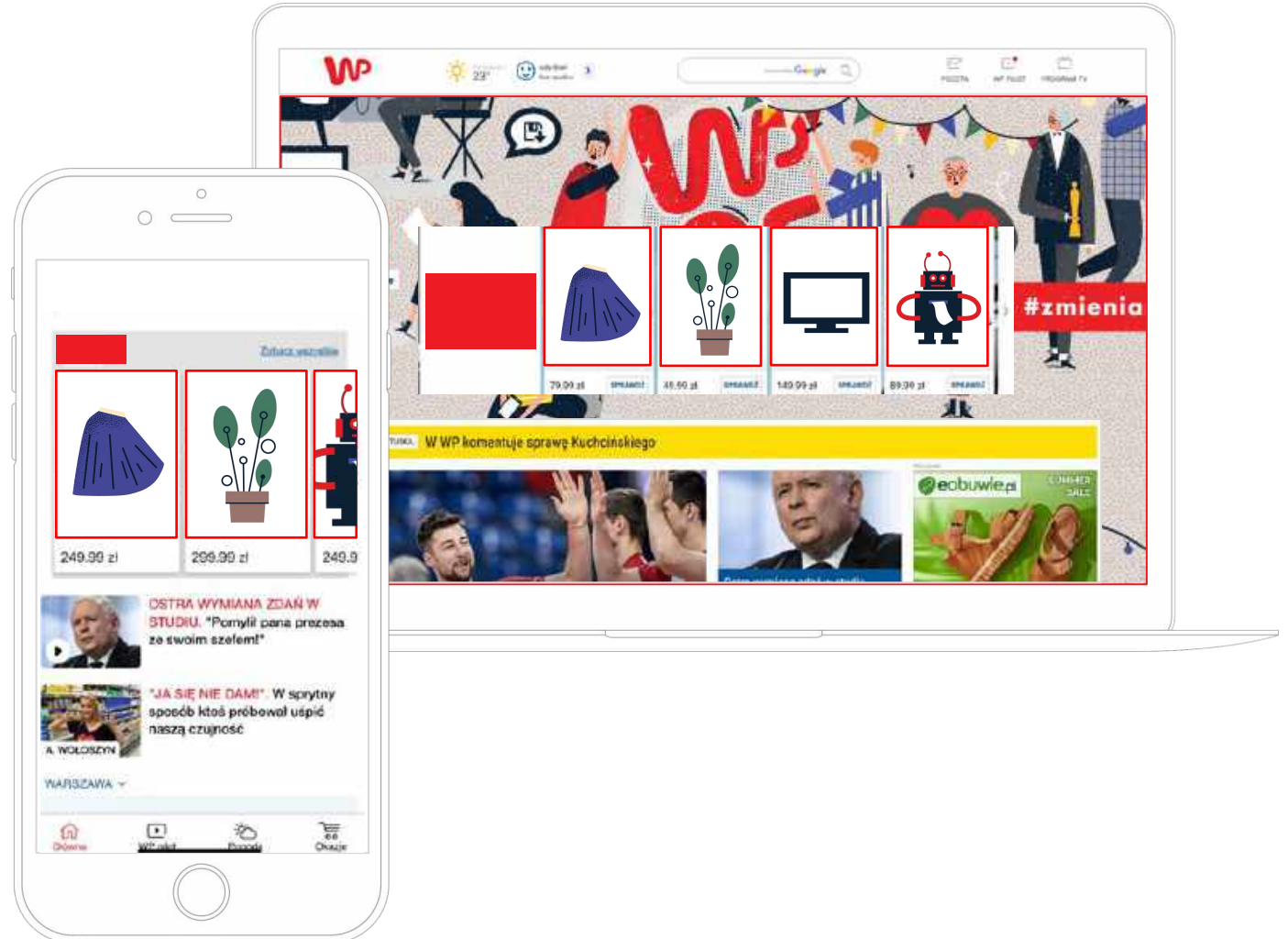


Korzyści:

- Większa przestrzeń dla komunikatu
- Prezentacja komunikatu wizerunkowego oraz produktów
- Emisja SG WP (dniówki, Content Boxy oraz wybrane serwisy WPM)

Wycena:

- Cena za standardowy format reklamowy + dopłata **15%**



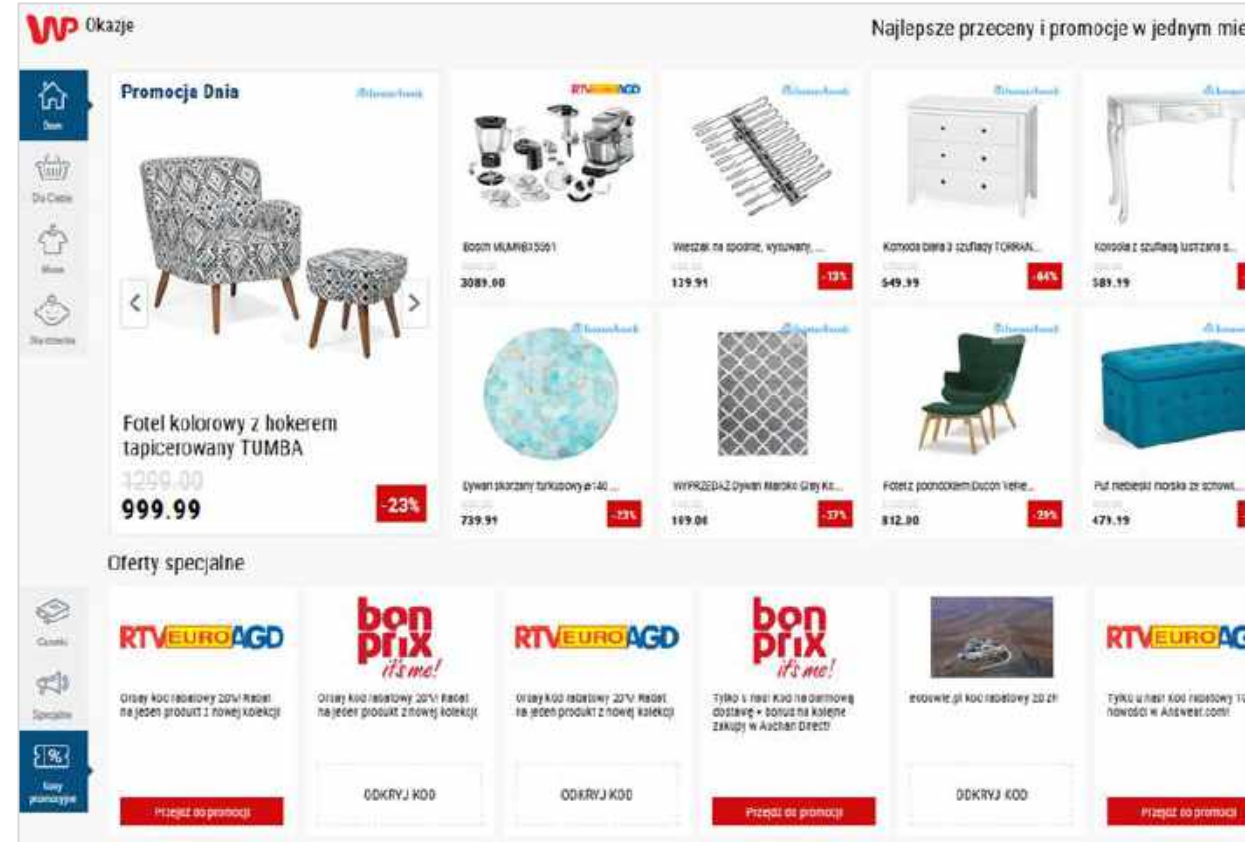
Kody Rabatowe na SG WP+o2



Korzyści:

- Dotarcie do nowych klientów
- Nakłonienie dotychczasowych klientów do powrotu do sklepu i dokonania kolejnych zakupów

Wycena indywidualna, w modelu efektywnościowym



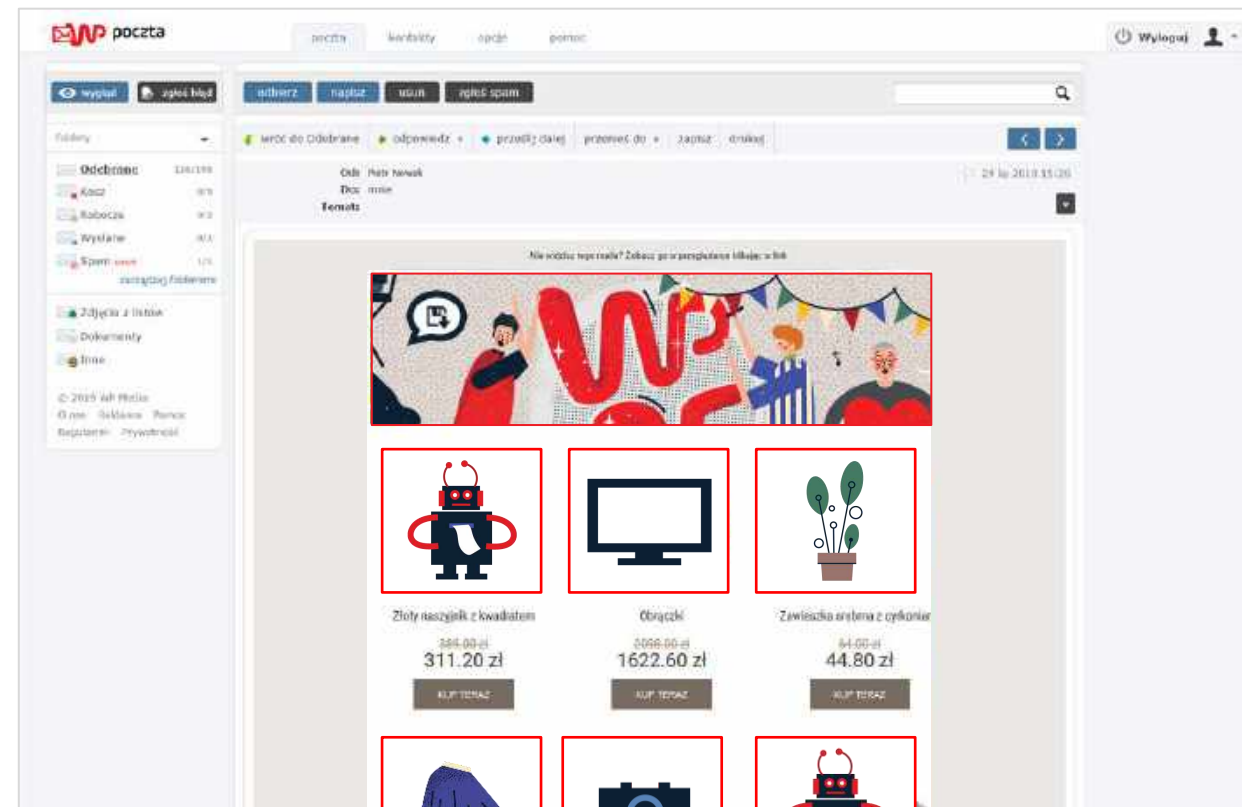
Targetowany Mailing Dynamiczny



Korzyści:

- Najbardziej konwersyjny produkt reklamowy
- Ponad **9,4 mln*** aktywnych kont
- Minimalne wymagania do przygotowania mailingu (feed, logo, px)

Wycena indywidualna, w modelu efektywnościowym



*Źródło: dane wewnętrzne WPM

Mailing Domykający Koszyk

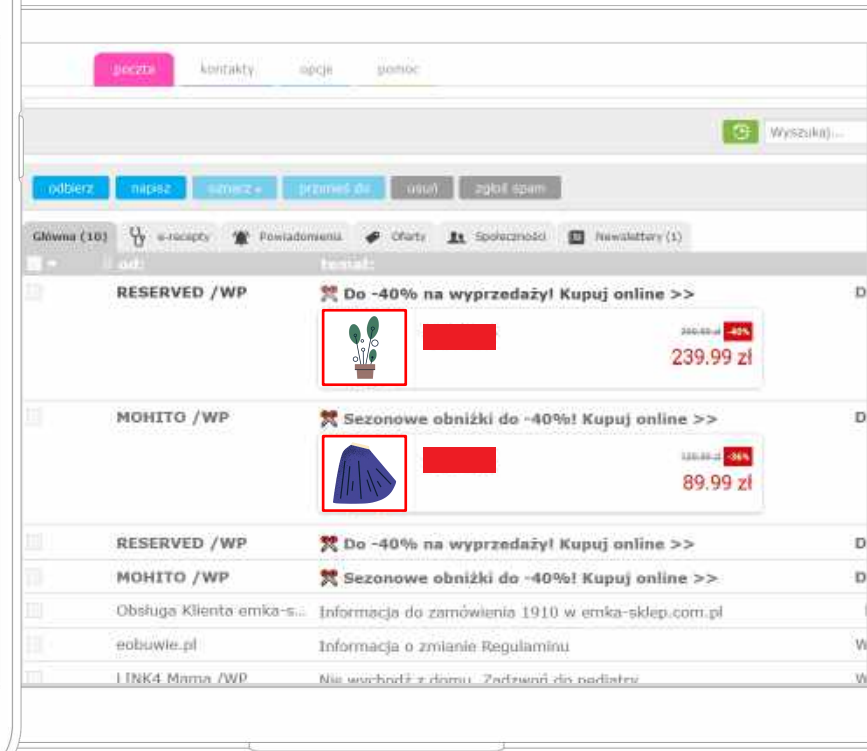
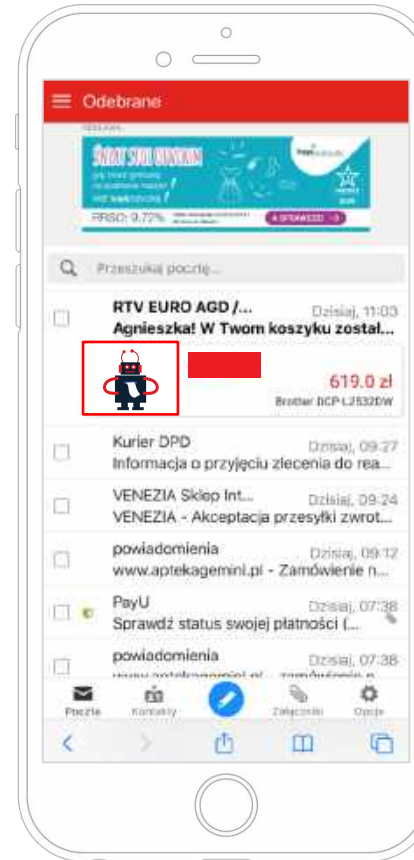


| **70%** osób porzuca koszyk na stronie,
ale **38%** dokończy transakcję po otrzymaniu maila*

| **Korzyści:**

- **Najbardziej konwersyjny produkt reklamowy** = mailing dynamiczny w retargetingu **rozbudowany o opcję prezentacji produktu już z poziomu nieotwartego maila** (brak dodatkowych wymagań do startu kampanii)
- Ponad **9,4 mln**** aktywnych kont
- Minimalne wymagania do przygotowania mailingu (feed, logo, px)

| **Wycena** indywidualna, w modelu efektywnościowym



*Source: <https://estrategie.pl/porzucone-koszyki/> <https://www.artefakt.pl/blog/sem/ratowanie-porzuconych-koszykow/>

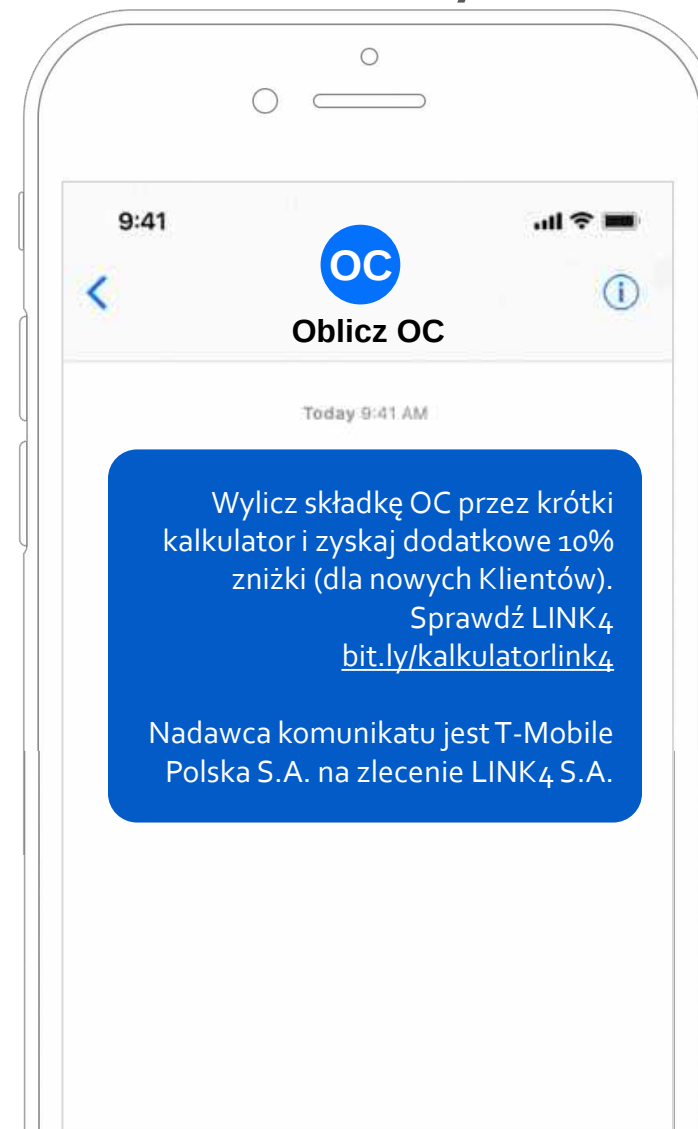
**Źródło: dane wewnętrzne WPM

Wysyłka SMS to bezpośrednio dotarcie z komunikatem na telefon odbiorcy

| Korzyści:

- Możliwość dotarcia do użytkownika poza WPM
- Realizacja celów zasięgowych i leadowych
- Idealne dla klientów z krótkim formularzem leadowym np. Umów się na jazdy testowe

| Wycena indywidualna, w modelu efektywnościowym



Performance Advertising Network to skuteczna reklama w przestrzeni całego internetu



Zaawansowany system emisyjny oparty o technologię Programmatic – Marketing Cloud

Konkurencyjne stawki

Rozbudowana sieć wydawców i dotarcie do **98%** internautów



Efektywne szablony reklamy natywnej

Technologia: profile big data oraz zaawansowane biddery

Skuteczne kampanie na urządzeniach mobilnych

Display w Performance Ad Network (PAN) czyli emisja na powierzchni WPM i zew.



| Korzyści:

- Dotarcie do użytkownika w dowolnym miejscu i czasie
- Dopasowanie szablonu natywnego do kontekstu, kolorystyki i tematyki witryny dzięki szerokiemu inventory (lepsze viewability i CTR)

| Wycena indywidualna, w modelu efektywnościowym

Target	Potencjał klików
Motoryzacja B2C	80 tys.
Motoryzacja B2B	40 tys.
Telekomy B2C	96 tys.
RTV / AGD	160 tys.
Sport / Facet	48 tys.
Kobieta	64 tys.
Odzież / Obuwie	120 tys.
Nieruchomości	16 tys.
Pożyczki krótkoterminowe	36 tys.
Płatna telewizja	48 tys.
Parenting	32 tys.
Suplementy diety	40 tys.

Efektywne kampanie programmatic

Efektywny zasięg



Dostarczamy jakościowych użytkowników na Twoją stronę

- | KPI: jakościowy ruch na LP
- | Optymalizacja pod wskaźniki Google Analytics
- | Model rozliczenia: CPC

Retargeting



Odzyskujemy użytkowników, których utraciłeś na ścieżce konwersji

- | KPI: sprzedaż, leady, konwersje
- | Optymalizacja pod CR / COS / ROAS
- | Model rozliczenia: CPC / CPL / CPS

Kampanie wizerunkowe



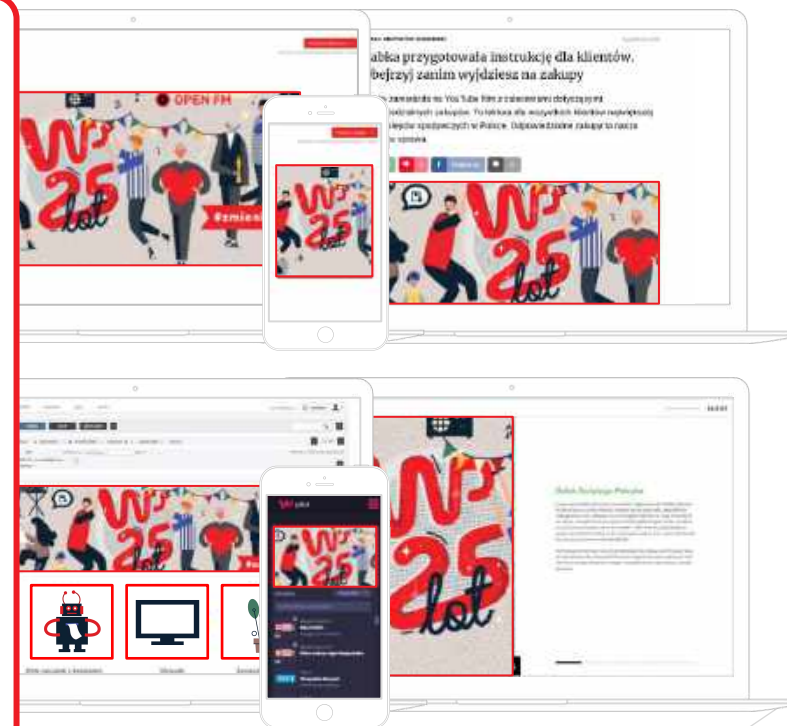
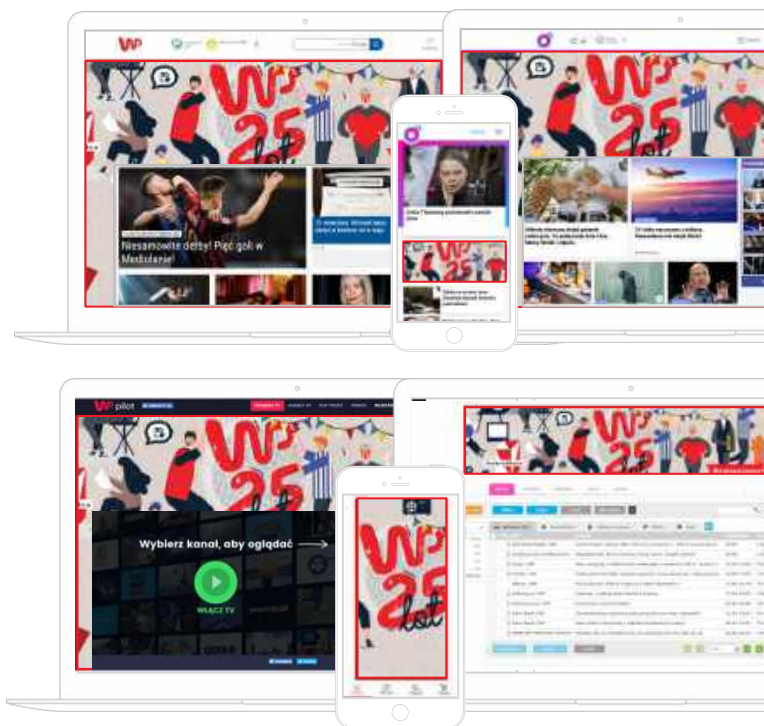
Budujemy zasięg w Twojej grupie docelowej

- | KPI: dotarcie do użytkownika zainteresowanego przekazem reklamowym
- | Optymalizacja pod parametry zaangażowania (CTR, viewability)
- | Model rozliczenia: CPM

Wszystkie zaprezentowane produkty możemy precyzyjnie targetować



Dajemy możliwość dotarcia do
grup użytkowników
z dedykowanym przekazem
dopasowanym do ich
aktualnych potrzeb.
We wszystkich kanałach
dotarcia.

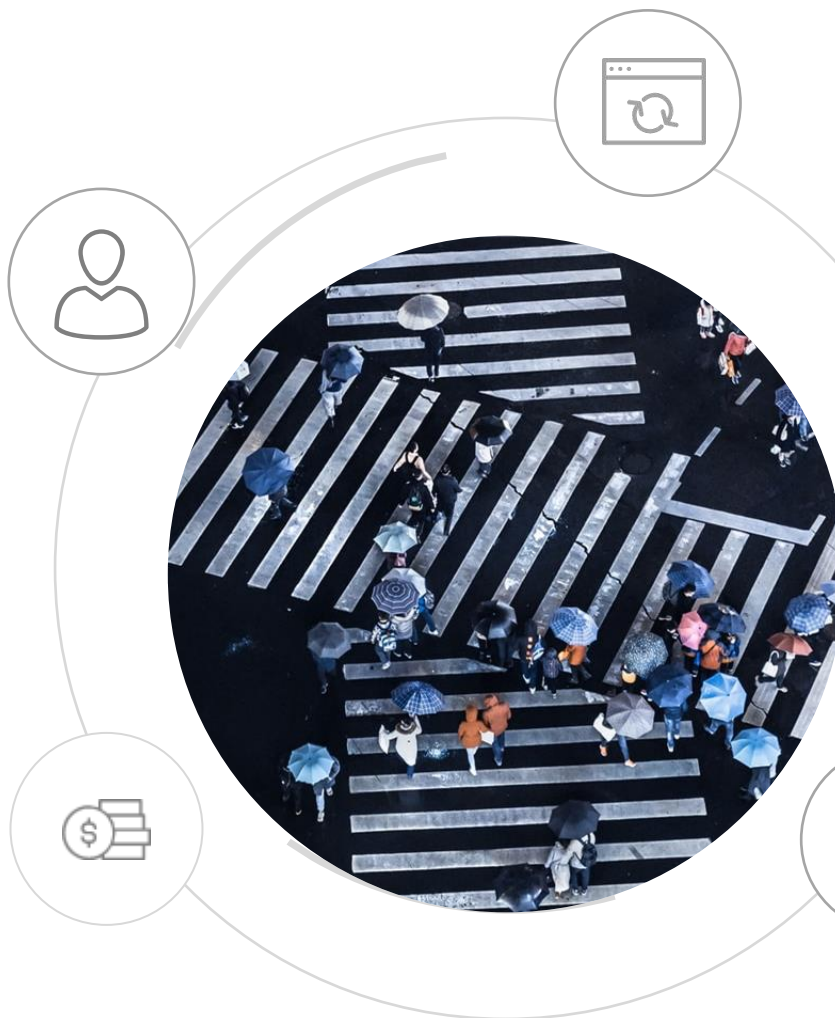


Atrakcyjne segmenty konsumenckie



20 nowych segmentów m.in. kupujący online, korzystający z usług bankowości, płatności online, leasingu, platform streamingowych (wideo), kablowych i satelitarnych usług tv, platform dla graczy, korzystający z biur podróży i serwisów do organizacji podróży, wiele innych

Zastosowanie w kampaniach **display, video oraz mailingu**



Użytkownicy którzy **korzystają z określonych usług i serwisów**, a nie tylko są nimi zainteresowani

CTR nawet do **71%** wyższe

**Bezpieczeństwo danych-
ochrona konkurencji
i prywatności użytkownika**

!Nowość! WP Trapping



Korzyści:

- Precyzyjne dotarcie do wybranych użytkowników w określonym miejscu i czasie.
- Połączenie kampanii online z offline
- Atrakcyjne segmenty użytkowników przebywających m.in. w centrach handlowych, marketach budowlanych, dyskontach spożywczych, salonach motoryzacyjnych.

Wycena:

- Indywidualna
- W modelu vCPM*



Zebranie bazy



Wyświetlenie reklamy



* dopłata +50% za Geo Trapping do vCPM standardowego formatu reklamowego



Zapraszamy do
współpracy!

