



Back to the
game

 Polygamia.pl

Sprzedaż konsol i gier odżyła



- | W związku z tym, że premiera konsol Xbox Series X i PS5 planowana na koniec roku, normalnym zjawiskiem jest spadek sprzedaży na początku roku 2020.
- | Tymczasem w okresie 16-22 marca sprzedaż konsol w 17 badanych krajach na świecie wzrosła o **155%**, a sprzedaż gier o **82%**.
- | Podobne zjawisko obserwowane jest w Polsce. W marcu liczba transakcji, obsługiwanych przez Revolut, dotycząca produktów PlayStation wzrosła o **87%**, a Nintendo o **49%**.
- | Obecnie przemysł gamingowy w Polsce rozwija się w tempie **30% wzrostu r/r**.

Źródło: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2020-03-28-what-is-happening-with-video-game-sales-during-coronavirus>

<http://3oogospodarka.pl/news/2020/04/07/kto-zarabia-na-epidemii-revolut-dzieli-sie-danymi-zakupowymi-polakow/>

Takie są fakty

Gaming w Polsce jest
coraz bardziej istotny
dla polskiej gospodarki

440 studiów
developerskich
i ponad **480**
nowych tytułów
rocznie



Ale gaming
to nie tylko gry

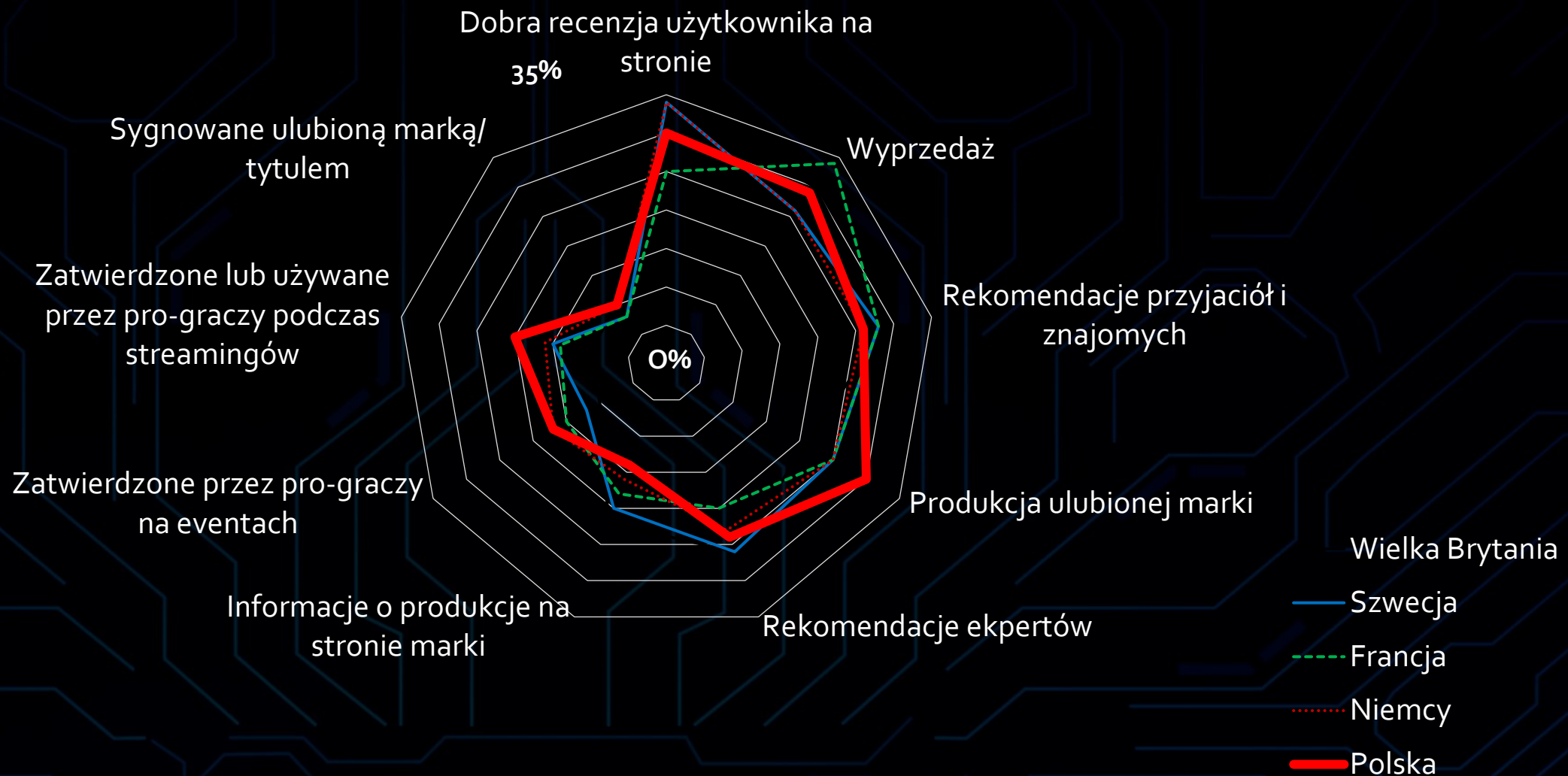


16 mln
użytkowników
gra w gry (47% to
kobiety)

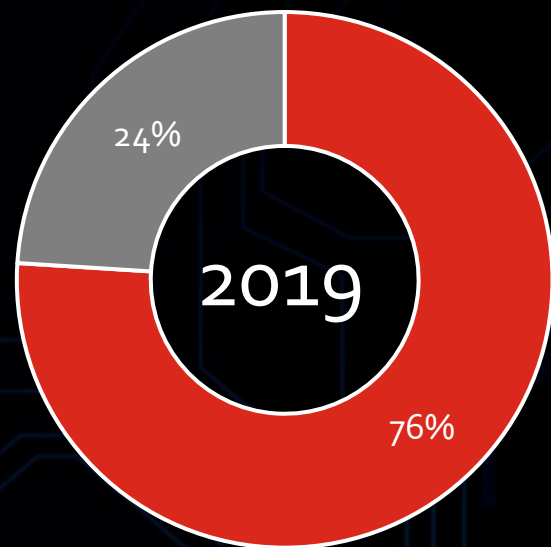


2,3 mld zł
jest wart rynek
gamingowy
w Polsce

Czynniki wpływające na zakup akcesoriów do gier



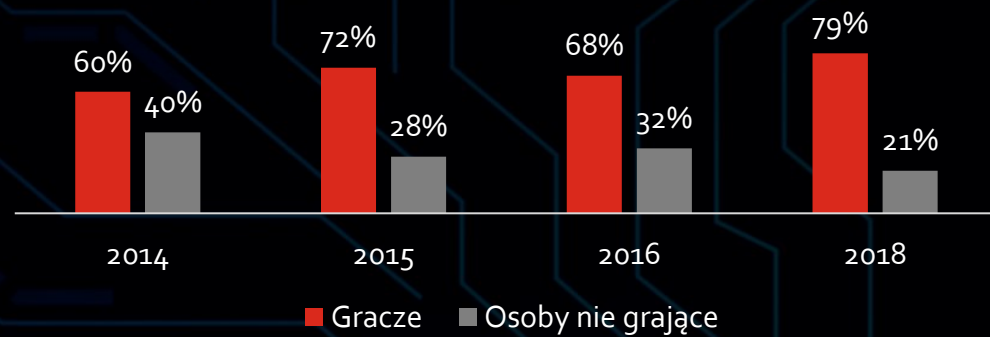
Ilu graczy jest wśród polskich użytkowników internetu? 76%!



■ Gracze

■ Osoby, które nie grają

Źródło: New methodology: Panel



Grałem w gry na smartfonie lub tablecie



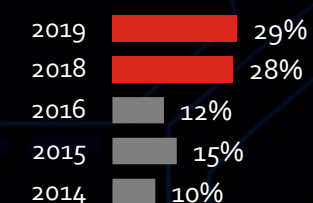
Grałem w gry w przeglądarce (Firefox, Chrome, IE) na komputerze



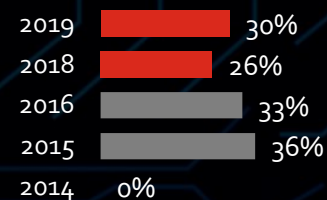
Grałem w gry zainstalowane na komputerze (laptopie lub komputerze)



Grałem w gry na konsoli



Grałem w gry na portalach społecznościowych



Jakich graczy mamy w Polsce. Wirtualnej Polsce.



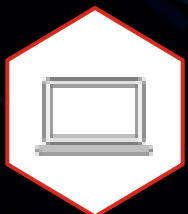
Twardzi zawodnicy

Stali bywalcy serwisów gamingowych (co najmniej kilka razy w tygodniu)
1,2 mln UU



Konsolerzy

Grupa użytkowników poszukujący konsoli idealnej, PS4 czy Xbox? Zalety? Która ma najlepszą grafikę? Najbogatszą bibliotekę?
624 tys. UU



Sprzętowcy

Dobry sprzęt komputerowy to dla tych userów podstawa. Liczy się każdy parametr, wygoda i funkcjonalność. **836 tys. UU**



Eventowicze

Oprócz grania liczą się wydarzenia dot. grom: targi, festiwale, spotkania z zagranicznymi oraz polskimi fanami produkcji i multimediiów gamingowych
53 tys. UU



Sezonowcy

Granie to sporadyczna forma rozrywki. Znacznie rzadziej odwiedzają serwisy poświęcone grom, jednak regularnie.
420 tys. UU

Gdzie możesz spotkać graczy w WP?



Kluczowe obszary zapewniające dotarcie do osób zainteresowanych grami

WP
tech

WP
gry

WP
gadżetomania

WP
komórkomania

dobre**programy**

Ale ich naturalnym
środowiskiem jest





- | To serwis, którego **corem** są gry i wszystko co z grami związane
- | **Tworzony** przez fanów dla fanów
- | Miesięczny zasięg serwisu przekracza **0,6 mln RU** i ponad **1 mln PV** (i wciąż dynamicznie rośnie)
- | Użytkownicy to głównie **mężczyźni w wieku 25-35 r**
- | **69%** ruchu generowanego w serwisie odbywa się poprzez mobile



Barnaba Siegel – redaktor prowadzący

Absolwent historii na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie. Od 11 lat pisze zawodowo o elektronicznej rozrywce dla magazynów i portali internetowych.



Na co stawiamy w komunikacji z użytkownikami?



Relacje z imprez o grach
Gamescon, IEM
etc.



Oryginalne treści gamingowe
w tym współpracy
z influencerami gamingowymi



Artykuły poradnikowe
gry, akcesoria
gamingowe



SKUPMY SIĘ SZCZEGÓŁOWO NA TYM, KIM JEST GRACZ WP TECHNOLOGII?

Badanie ankietowe na próbie ok 3 tys. użytkowników
wykonane na obszarze WP Technologie, Q2 2018

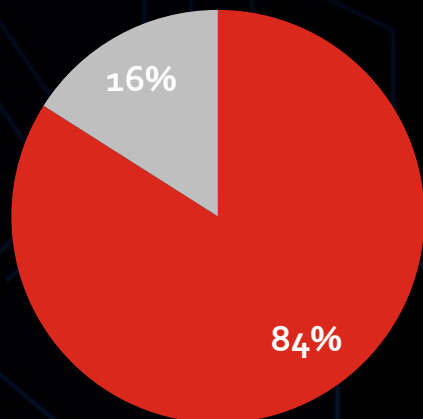


dobreprogramy

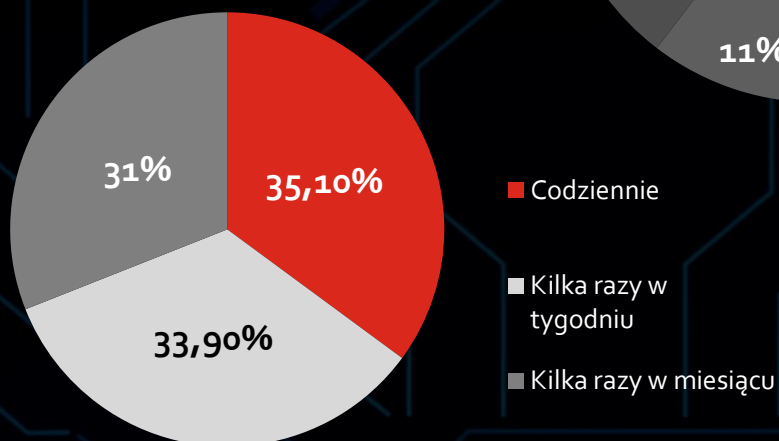
Gra prawie codziennie, najczęściej w ulubione lub popularne tytuły

Czy grasz w gry?

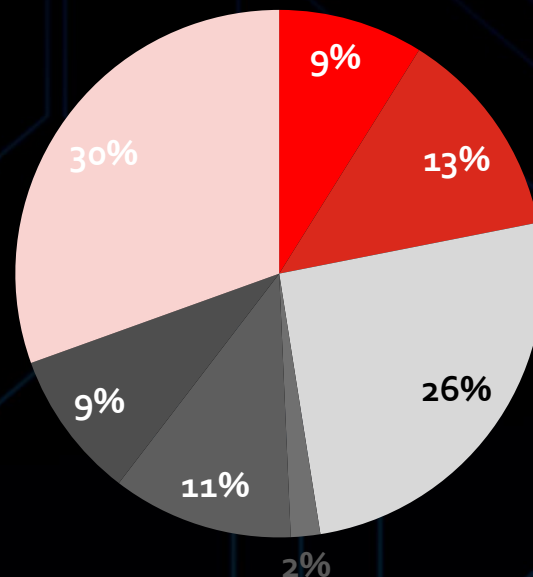
Tak Nie



Jak często grasz w gry?



Jakim graczem jesteś?
Wybierz jedno najlepsze określenie

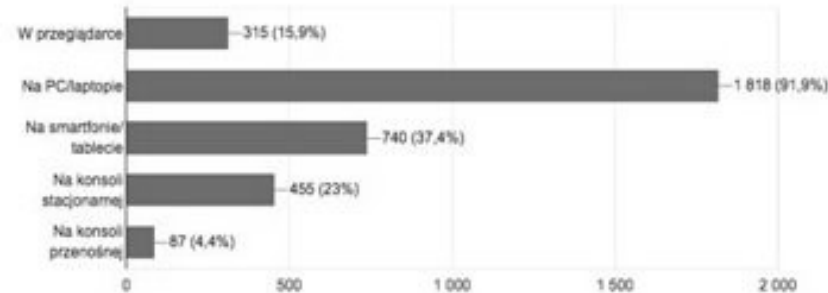


- Pasjonatem e-sportu, śledzę tę dyscyplinę
- Hardkorowcem, gry to moja pasja - śledzę newsy, recenzje, zapowiedzi
- Graczem casualowym, przy grach odpoczywam, najczęściej przy popularnych pozycjach
- Wybrednym graczem
- Graczem okazjonalnym, gram raz na jakiś czas
- Fanem retro i starych gier
- Jestem fanej wybranej gry/kilku gier

Gra amatorsko na PC, często z innymi graczami

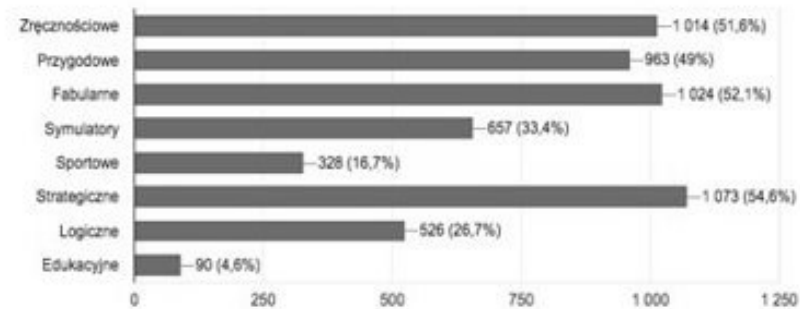
Na czym grasz w gry?

1 979 odpowiedzi

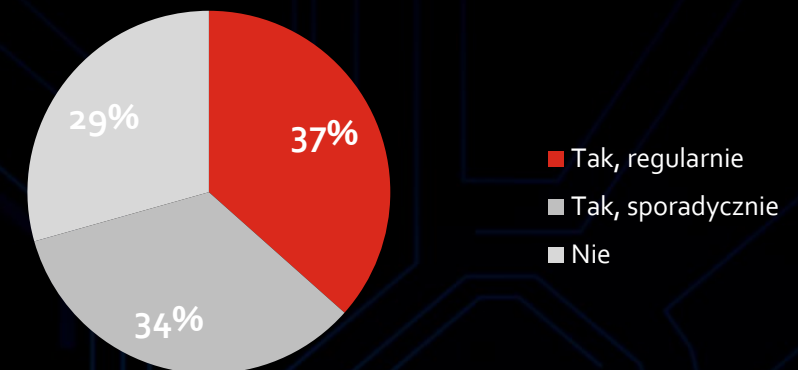


W jaki gatunek gier najbardziej lubisz grać?

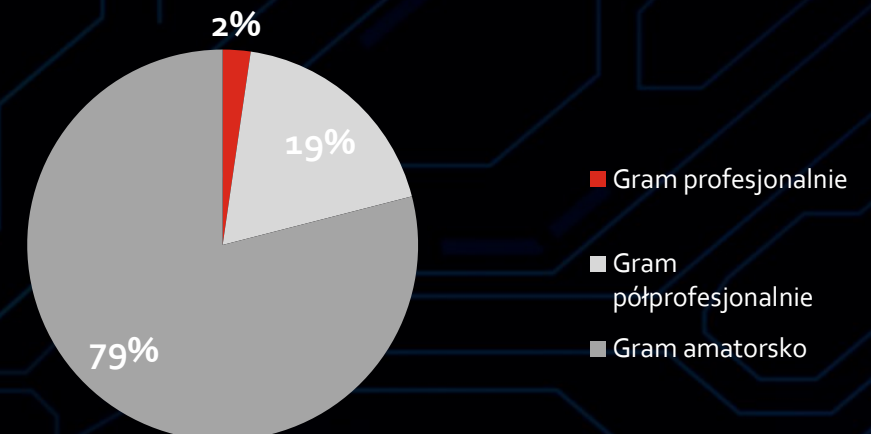
1 967 odpowiedzi



Czy grasz w gry sieciowe/multiplayer (nie przeglądarkowe)?

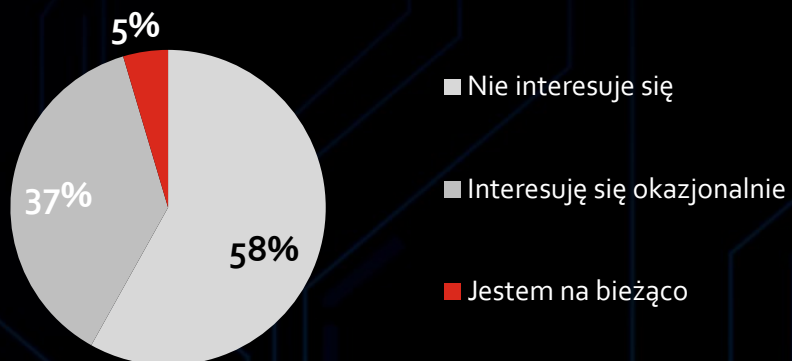


Jak oceniasz swoje umiejętności i zaangażowanie gamingowe?

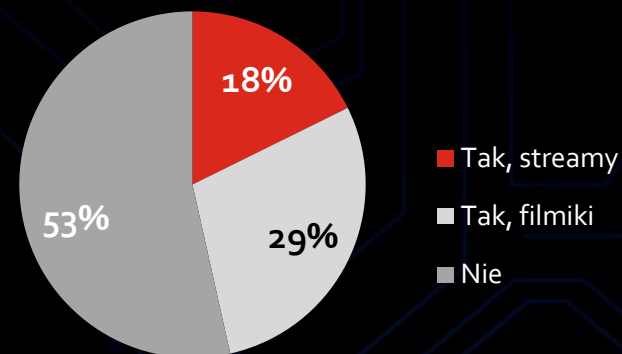


Ogląda innych graczy, jego znajomi również grają

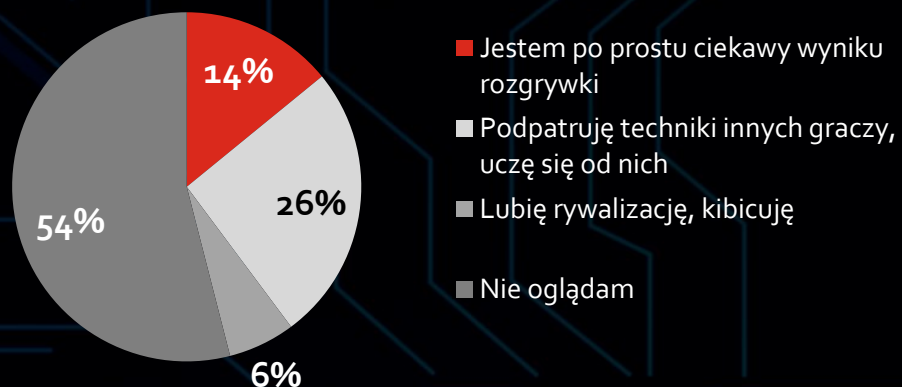
Jak bardzo interesujesz się e-sportem?



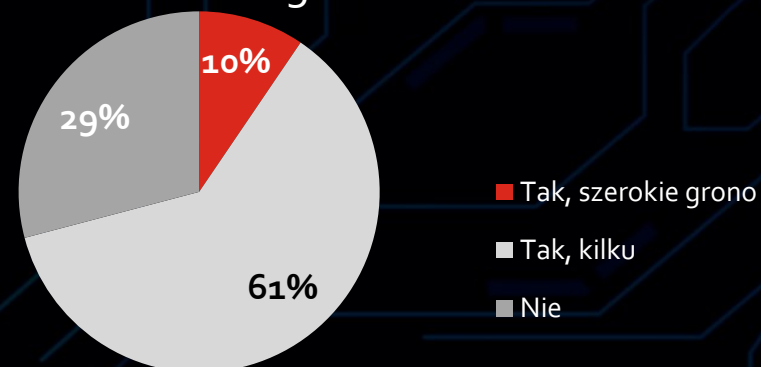
Czy oglądasz rozgrywki innych graczy?



Czemu oglądasz filmiki innych graczy?

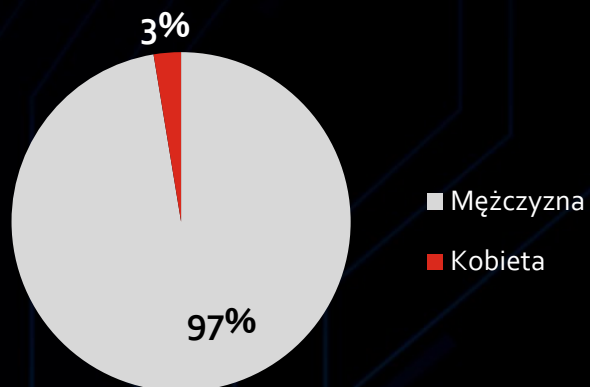


Czy wśród Twoich znajomych są zapaleni gracze?

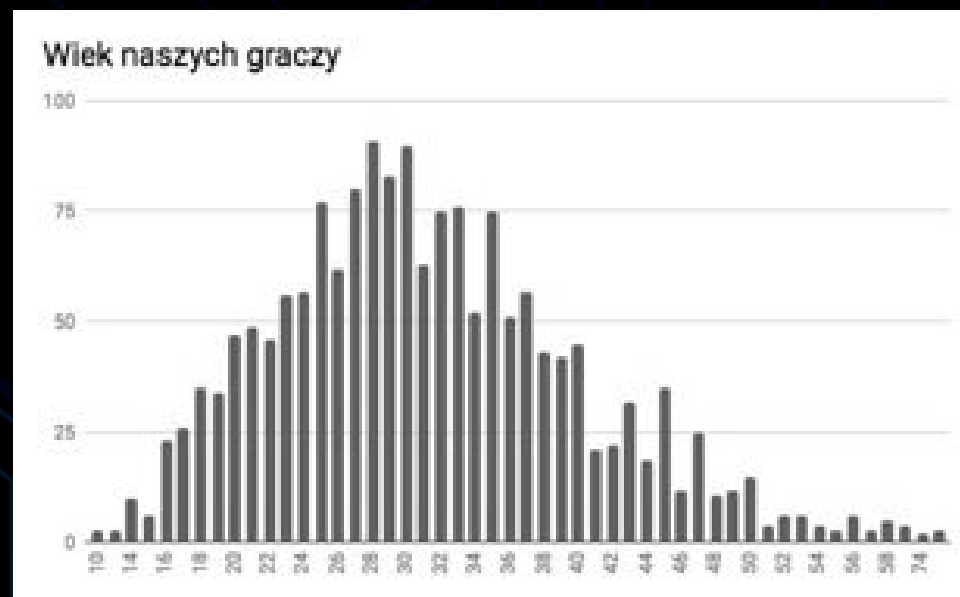
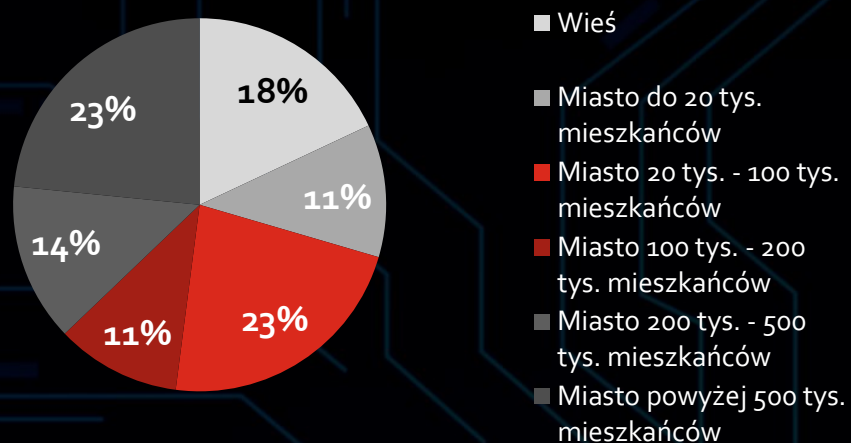


To mężczyzna, między 25. a 45. rokiem życia

Twoja płeć:



W jak dużej miejscowości mieszkasz?



W co gra?



Overwatch • Fortnite • Wiedźmin 3 • World of Tanks

Far Cry 5 • Diablo 3 • GTA V • Battlefield 1

Diablo III • Warframe • League of Legends • War Thunder

Hearthstone • Fifa 18 • Smite • PUBG • WOT

Euro Truck Simulator 2 • Minecraft • Civilization VI • CS:GO

Factorio • Pillars of Eternity • Dota 2 • Skyrim • GTA San Andreas

Assassin's Creed Origins • Tomb Raider • Rocket League • Rise of the Tomb Raider

Path of Exile • Football Manager 2018 • World of Warcraft • Fallout 4

cs go pubg • SW KOTOR • Horizon Zero Dawn • Gwint • Surviving Mars

Dying Light • Final Fantasy XV • War Thunder • Witcher 3 • ETS2 • Far Cry 3

Uncharted 4 • Elex • Fifa • Elite Dangerous • Cs go • LoL • WoW

PUBG Mobile • Wiedźmin 2 • A way out • FIFA • Hollow Knight

Tomb Raider (2013) • Subnautica • Doom • The Legend of Zelda: Breath of the Wild

Assassin's Creed Unity • stellaris • Call of Duty WWII • Wolfenstein 2 • Kingdom Come Deliverance

Crysis • fifa 18 • World of tanks • Watch Dogs 2 • Europa Universalis IV

FarCry 5 • Deus Ex Mankind Divided • Starcraft 2 • Grim Dawn

Wow BF4 Counter Strike: GO diablo 3 League Of Legends • Wiedźmin

Prey • Counter-Strike 1.6 • Rs6 • Wiedźmin 3 starcraft 2 • Battlefield 3

Mad Max • Left 4 Dead 2 • Battlefield 4 • need for speed • H1Z1 • Wiedźmin 3

The Division • World of Tanks Blitz • Dirt 3 • Mass Effect Andromeda • sudoku

Inne (1 164)

TAK GRAMY

Oferta reklamowa



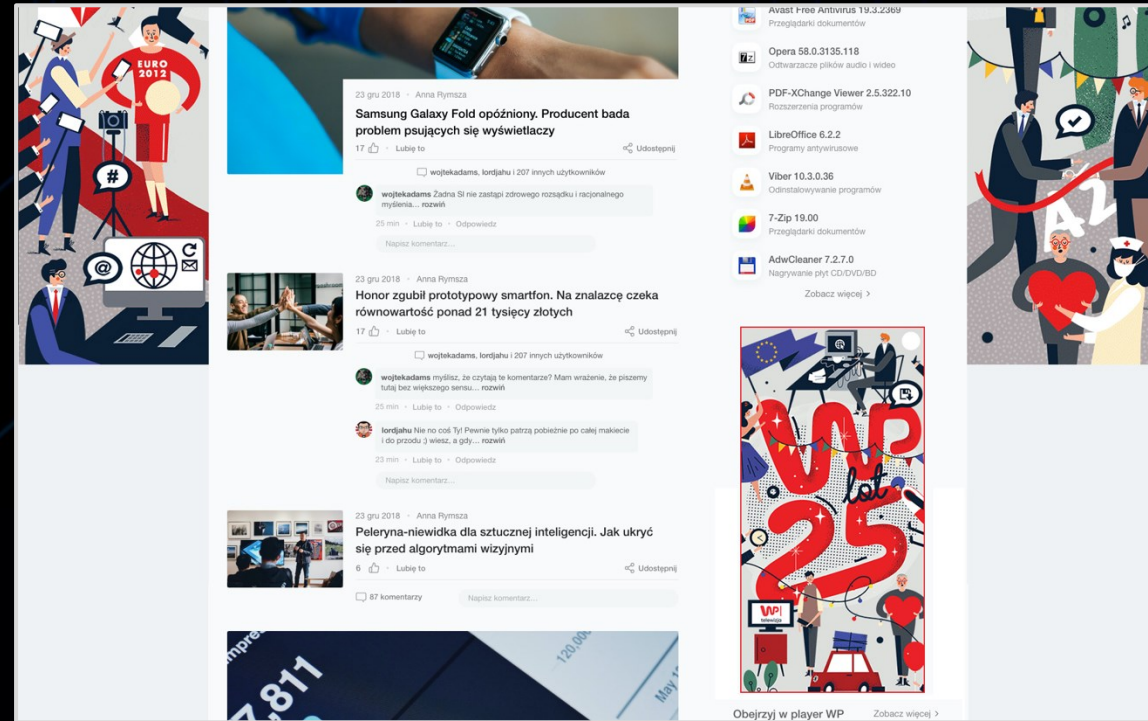
Formaty reklamowe dostępne w serwisie



- | Panel Premium desktop / Panel Premium mobile
- | Rectangle
- | Wideboard / Double Billboard
- | Screening
- | Floating Halfpage
- | Rectangle Mobile

Modele rozliczeń: VCPM

Ceny placementów umieszczone w cenniku na **reklama.wp.pl**



Formaty reklamowe dostępne w serwisie



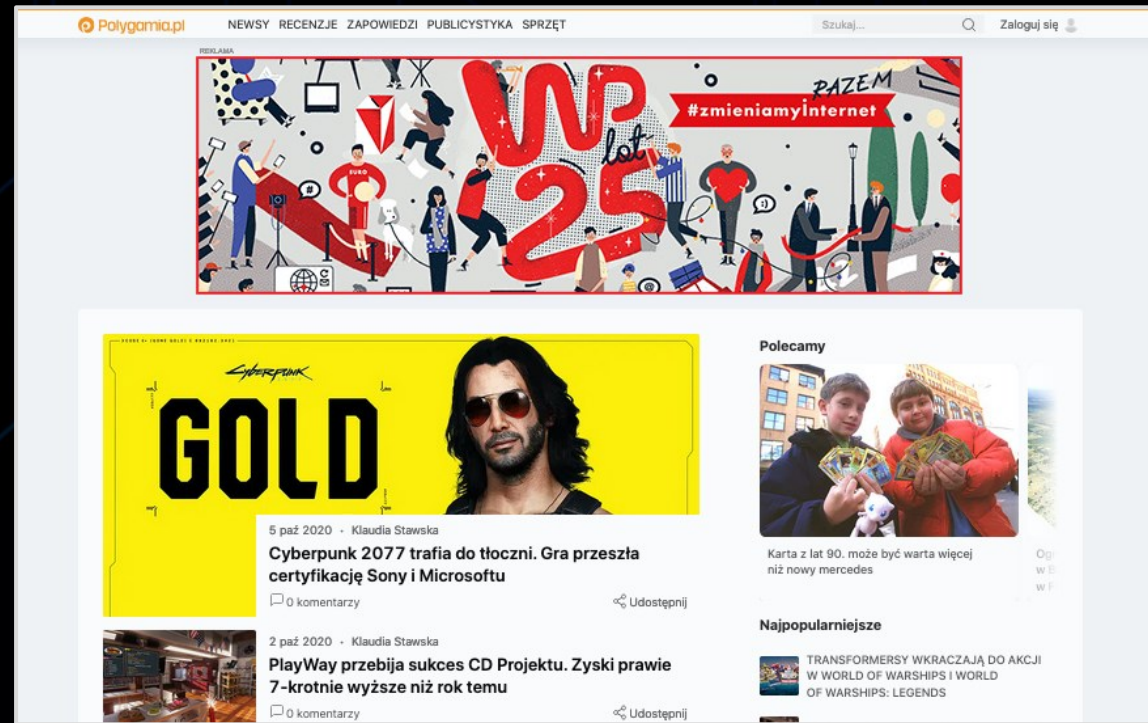
Formaty możliwe do sprzedaży w modelu FF:

- | **Screening:** 25 tys. RC
*uwaga: górny slot z tapetą capp 3/uu
na dzień + na pozostałych odstonach
slot górny bez tapety (emisja tydzień)*
- | **Halfpage:** 15 tys. RC
- | **Panel Premium:** 12 tys. RC

[dostępny w sprzedaży od 20 listopada]

Estymowane zasięgi tygodniowe:

250 000 UU / 270 000 PV



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: 7 000 UU

Polecane produkty



1199.00 zł

Samsung Galaxy Tab A
10,1 2019 32GB L...

SPRAWDŹ



SPRAWDŹ



SPRAWDŹ

materiały partnera

Artykuł ilustrowany



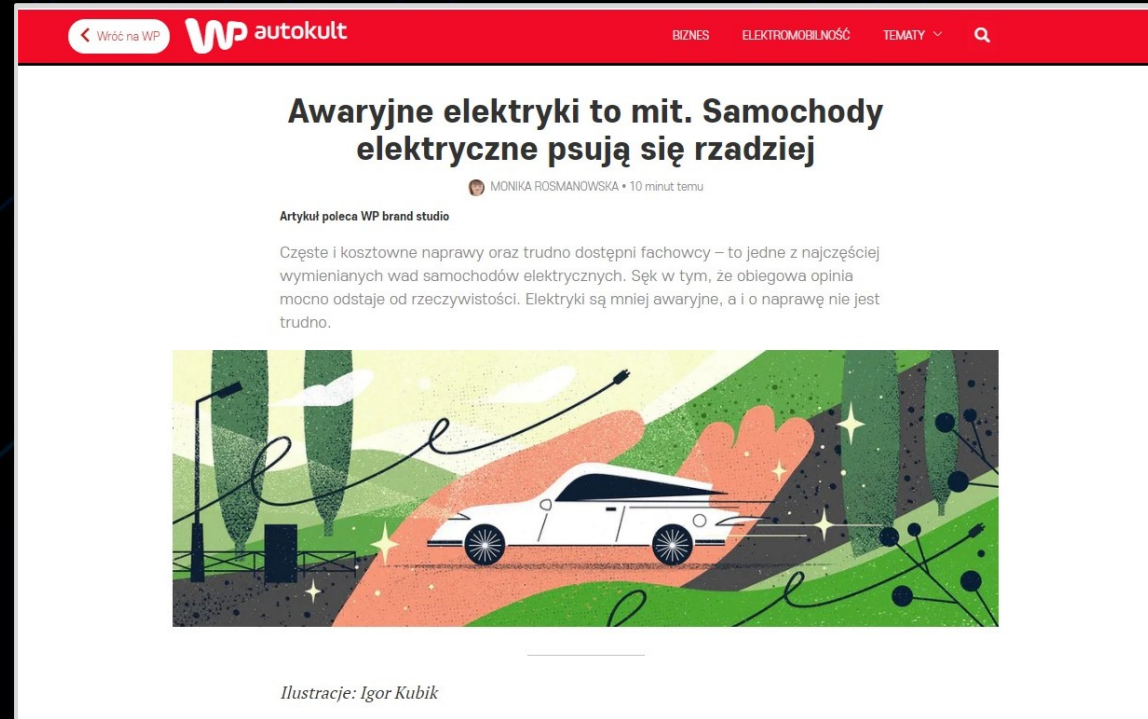
OPIS PRODUKTU:

- | Artykuł natywny w eleganckim layoucie eksponującym ilustracje
- | Ilustratorzy za każdym razem przygotowują unikalne grafiki na podstawie briefu

KORZYŚCI:

- | Ilustracje przyciągają wzrok i sprawiają, że przekaz zostaje zapamiętany na długo
- | Zilustrować można zagadnienia trudne do pokazania na zdjęciach: rozwój sieci 5g, zdrowie, sukces

ZASIĘG: 20 000 UU



Test redakcyjny



OPIS PRODUKTU:

- | Test produktu opublikujemy w ramach artykułu natywnego
- | Treść uzupełnimy sesją zdjęciową z testu
- | Test promujemy na Stronie Głównej WP i w kontekstowo dopasowanym serwisie

KORZYŚCI:

- | Bezpośrednia ekspozycja produktu
- | Sesja zdjęciowa w cenie

ZASIĘG: 15 000 UU



Akcja home office



Czasem zdarza się, że domowe biurko zamienia się w stanowisko pracy. Warto pomyśleć zatem o udoskonaleniu, aby praca stała się przyjemniejsza. Nowy laptop, lepszy monitor, a może kamera internetowa do prowadzenia wideokonferencji? Te i inne artykuły można znaleźć pośród wielu inspiracji, które w ramach akcji **Pracuj w domu** przygotował sklep x-kom. Oto kilka przykładów



Artykuł interaktywny



OPIS PRODUKTU:

- | Podstawą Artykułu interaktywnego jest angażująca historia
- | Realizację publikujemy w domenie Interaktywny.wp.pl
- | Klienta prezentujemy jako partnera treści
- | Artykuł promujemy redakcyjnie, na Stronie Głównej Wirtualnej Polski

KORZYŚCI:

- | Interaktywna prezentacja treści, wpływa na zaangażowanie użytkowników.

ZASIĘG: 20 000 UU



Respondo



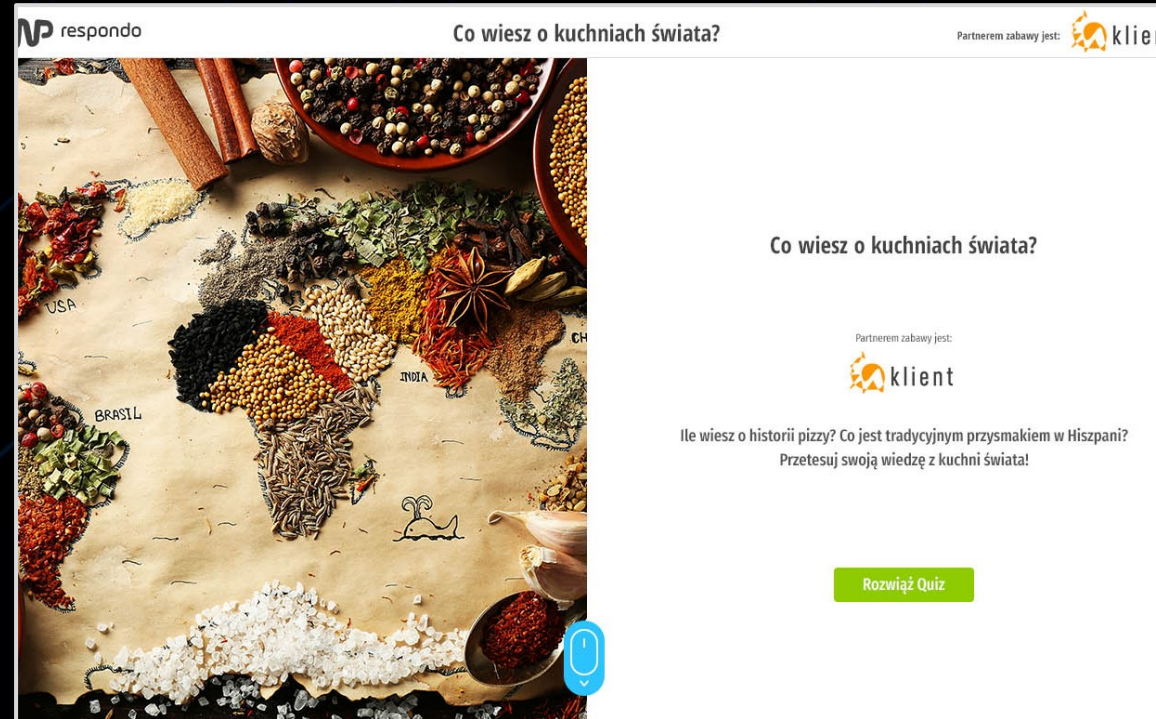
OPIS PRODUKTU:

- | WP Respondo to treść w formie quizu przygotowana wspólnie z marką
- | Realizacje publikujemy w domenie respondo.wp.pl
- | Klienta prezentujemy jako partnera treści
- | 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



Listownik



OPIS PRODUKTU:

- | Listownik to treść natywna w postaci numerowanej listy, którą zaprojektowaliśmy z myślą o użytkownikach mobile
- | Produkt jest jednym z punktów na naszej liście
- | W treści umieszczamy też boxy produktowe

KORZYŚCI:

- | Gwarantujemy w 100% dotarcie do użytkownika mobilnego

ZASIĘG: 15 000 UU 100% mobile



Scrollytelling



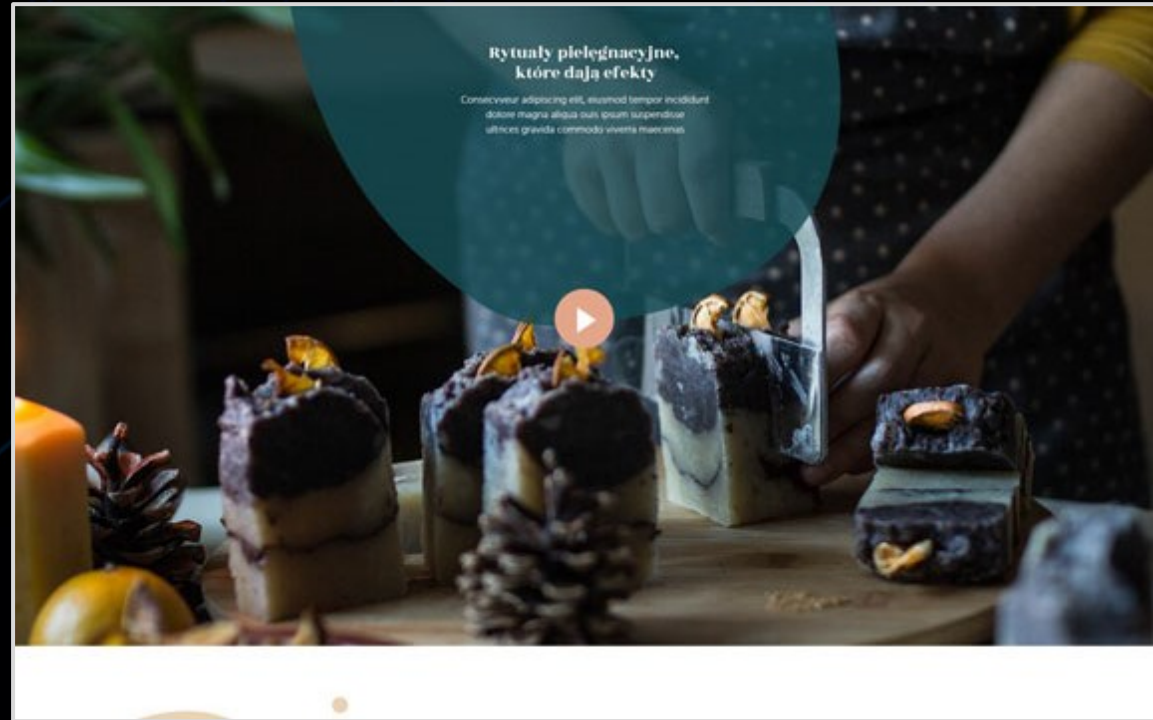
OPIS PRODUKTU:

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

KORZYŚCI:

- | Interaktywność zwiększa zaangażowanie w historię

ZASIĘG: 40 000 UU



Longform



OPIS PRODUKTU:

- | Longform doskonale prezentuje dłuższe historie, które marki chcą przekazać odbiorcom
- | Robi to w nieszablonowy i angażujący wizualnie sposób.
- | Jest to przestrzeń jednostronicowa – użytkownik przechodzi przez 9 artykułów bez potrzeby przekliku

KORZYŚCI:

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

ZASIĘG: 120 000 UU



StoryTime



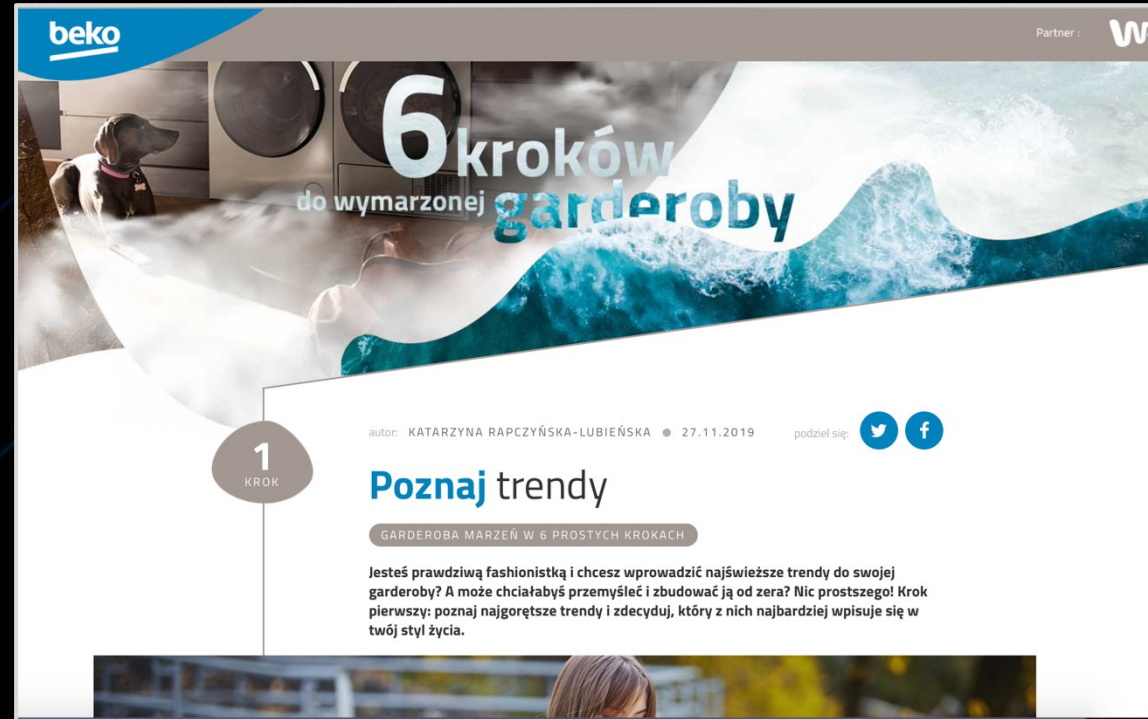
OPIS PRODUKTU:

- | StoryTime to nowy 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 pokazania historii marki w czytelny i atrakcyjny wizualnie sposób

ZASIĘG: 100 000 UU



Strefa marki



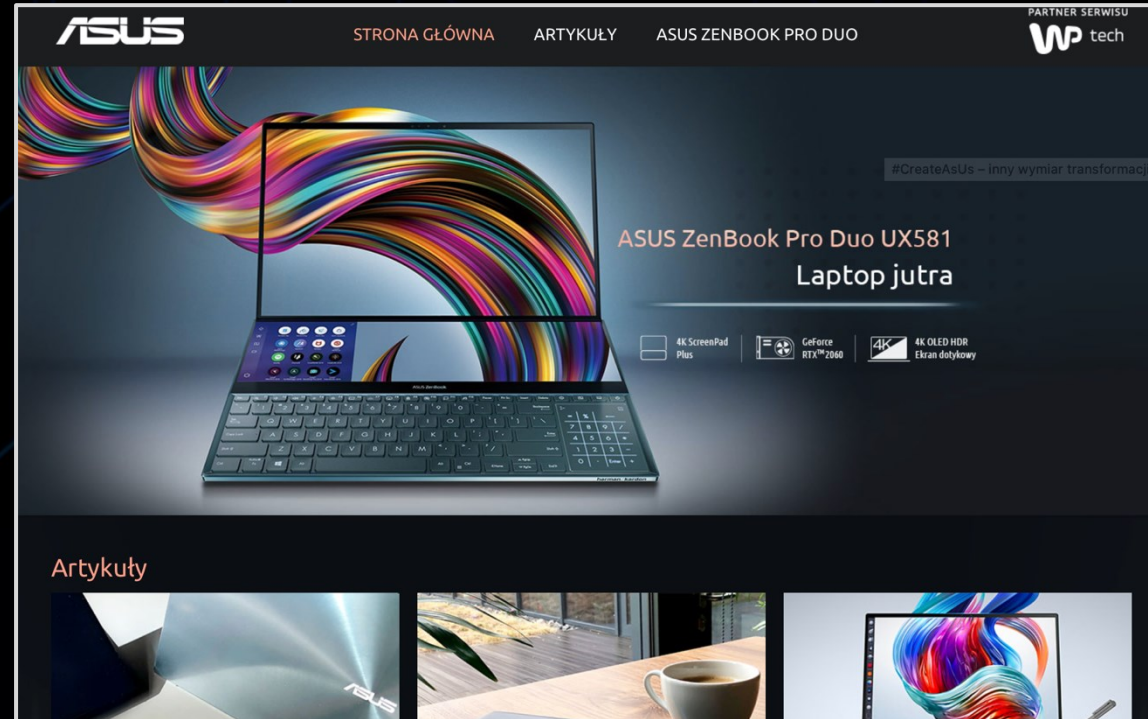
OPIS PRODUKTU:

- | 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 zgonie z założeniami kampanii

KORZYŚCI:

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

ZASIĘG: od 100 000 UU



Original Series: Sprawdzam



OPIS PRODUKTU:

- | To test w formie wideo, w którym przyciągamy odbiorców merytoryczną i rzetelną treścią
- | W materiale **Kuba Jankowski lub Ania Jażdzyk** testują 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



Original Series: Q&A



OPIS PRODUKTU:

- | Wspólnie z klientem formułujemy zestaw pytań, które zadajemy ekspertowi w przestrzeni studyjnej
- | Oprawa graficzna może nawiązywać do logotypu klienta
- | Minimalna liczba odcinków: 5

KORZYŚCI:

- | Wideo w formacie Q&A to wsparcie w budowie eksperckiego wizerunku marki

ZASIĘG:

- | 200 000 rozpoczętych streamów
- | 15 000 Facebook video views



Original Series: Rzuć wyzwanie



OPIS PRODUKTU:

- | Format wideo kierowany do klientów, którzy chcą w sposób ciekawy i niestandardowy pokazać swój produkt lub usługę
- | Program podzielony jest na dwie wersje: **Rzuć JEJ wyzwanie i Rzuć MU wyzwanie**
- | Dzięki natywnemu lokowaniu możliwa jest emisja w Telewizji WP

KORZYŚCI:

- | Scenariusz oparty na wyzwaniach angażuje widownię

ZASIĘG:

- | 400 000 rozpoczętych streamów
- | 15 000 Facebook video views



INSPIRUJĄCE REALIZACJE

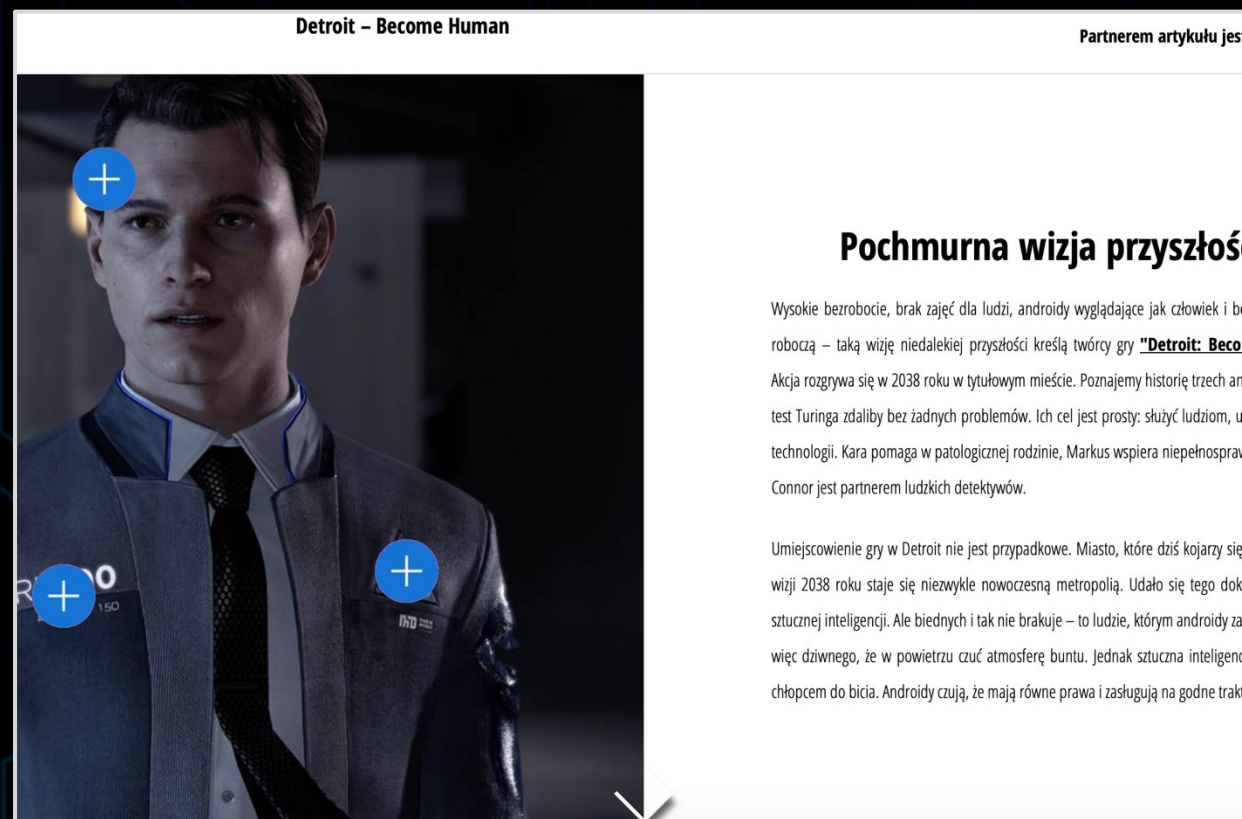


Detroit – artykuł interaktywny



Premiera Gry Detroit. Become Human:

- | **Cel:** zaprezentowanie fabuły gry w spójny sposób zarówno w warstwie tekstowej jak i technologicznej
- | **Odpowiedź:** Zaprojektowanie dedykowanego interaktywnego artykułu natywnego, który przedstawił fabułę gry. Podkreślił futurystyczny za pomocą zdjęć wysokiej jakości oraz dodał efekt interakcji z kreacjami wewnątrz samego artykułu



Playstation VR – wejście w świat interaktywnej rozrywki



Cele Klienta:

- | Promocja konsoli **PlayStation 4 VR** oraz prezentacja gier VR
- | Zachęcenie do zakupu konsoli w specjalnym **Mega Packu**

Założenia akcji:

- | Dedykowany serwis **LongForm** – psvr.wp.pl
- | Boxy produktowe CDC
- | Kampania promocyjna display
- | **Promocja redakcyjna** artykułów

The screenshot shows a web page from WP.pl. At the top, there are two numbered headlines: '1. Generacja hitów. Świętujemy 5 urodziny PlayStation 4' and '2. Sceptyków nie brakowało. Tymczasem PlayStation VR ma się świetnie'. To the right is a 'PARTNER:' logo with the PlayStation symbol. The main visual is a large image of a black PlayStation 4 console and a DualShock 4 controller against a blue background with abstract light effects. Overlaid on the right side of the image is a large '5 URODZINY PlayStation 4!' graphic. Below the image, there are social media icons for Facebook and Twitter. The author's name 'BARNABA SIEGEL' and the date '06 12 2018' are at the bottom left. On the right, the article title 'Generacja hitów. Świętujemy 5 urodziny PlayStation 4' is followed by a paragraph starting with 'Ponad 80 milionów sprzedanych konsol na całym świecie mówi samo za siebie - PlayStation 4 to najpopularniejszy sprzęt obecnej generacji. Powody? Ogromna baza gier. Dopracowane produkcje, których nie można znaleźć nigdzie indziej. Zgrabny design. Świetna oferta darmowych tytułów w abonamencie. Sensowna cena. Imprezowe gry obsługiwane telefonem. PS VR ze stale rosnącym katalogiem. Od premiery plusów nabierało się co niemiara.'



Reaktywujemy kawałek historii



WP Imperatory wracają do gry

- | Po dekadzie nieobecności, reaktywujemy kluczowe **wydarzenie w branży technologicznej** pod marką WP
- | Wręczymy nagrody w **11 kategoriach tematycznych**
- | Całość osadzimy pod adresem **imperatory.wp.pl**
- | **Start zgłoszeń:** grudzień 2020
- | W proces wyboru zaangażujemy redakcję oraz czytelników
- | **ZWYCIĘZCÓW POZNAMY W STYCZNIU 2021**

Zapraszamy serdecznie!





ZAPRASZAMY DO
WSPÓLNEJ GRY



TIME TO
PLAY!