



Wirtualna Polska to horyzontalny portal internetowy, lider polskiego rynku. W jego skład wchodzi wiele specjalistycznych portali wertykalnych o różnorodnej tematyce, m.in. szeroko rozumianej rozrywki, zdrowia i rodzicielstwa, biznesu, polityki, kultury, sportu czy technologii. Codziennie odwiedza je ponad 6 mln użytkowników. Wirtualna Polska to również kanał naziemnej telewizji WP oraz internetowe rozgłośnie radiowe. WP to partner pierwszego wyboru Polaków, dostarczający angażujących informacji, rozrywki, usług oraz inspiracji w codziennych decyzjach.



Kontekst rynkowy

WP powstała w 1995 roku, a jej twórcy pracowali początkowo w jednym małym pokoju. Obecnie Grupa WP jest wiodącą grupą medialną w polskim Internecie, odwiedzana przez ponad 21 mln internautów miesięcznie (za: Badanie Gemius/PBI, marzec 2017). Grupa WP udostępnia darmową pocztę, z której korzysta 9,3 mln użytkowników. WP jest liderem wielu kategorii tematycznych badania Gemius/PBI, a także czterech kategorii „market place”. W maju 2015 roku Grupa WP zadebiutowała na giełdzie papierów wartościowych.

W grudniu 2016 roku uruchomiono telewizję naziemną i jako pierwszy ogólnotematyczny kanał w Polsce Wirtualna Polska rozpoczęła nadawanie 24 godziny na dobę również w Internecie. Widz może swobodnie poruszać się między telewizorem odbierającym sygnał naziemnie, kablowo lub satelitarne a laptopem, komórką, tabletem czy komputerem stacjonarnym.

Osiągnięcia

Działalność Wirtualnej Polski wielokrotnie doceniana była przez rynek, ekspertów, specjalistów. Tylko w 2015 roku zmiana wizerunku marki Wirtualna Polska przyniosła Grupie prestiżowe wyróżnienia: Grand Prix Effie i nagrodę główną konkursu w kategorii „Media, Kultura i Rozrywka” (za kampanię wizerunkową #DZIEJESIEWPOLSCIE, zrealizowaną wraz z Scholz & Friends Warszawa, BNA, ZenithOptimedia), złoty laur w kategorii „Best rebrand of a digital Property” oraz I wyróżnienie w kategorii „Best visual identity from the technology, media & telecommunications sector” prestiżowego międzynarodowego konkursu Transform Awards. Rebranding Wirtualnej Polski uznano za najlepszy w rankingu magazynu „Press”, markę WP uhonorowano tytułami Superbrands 2015/2016 i Created in Poland Superbrands 2015/2016. Marta Czarotowska-Żak, VP Chief Marketing Officer w Grupie WP, otrzymała Grand Prix konkursu Dyrektor

Marketingu Roku 2014. Biuro Reklamy Grupy WP uznano dwukrotnie za najlepsze biuro reklamy internetowej w Polsce – w 2015 i 2016 roku, według corocznego rankingu Biura Reklamy magazynu „Media i Marketing Polska”.

Wielokrotnie nagradzano też Jacka Świderskiego, Michała Brańskiego i Krzysztofa Sierotę, twórców sukcesu Grupy Wirtualna Polska. Uzyskali oni m.in. tytuły: Liderzy Biznesu 2014 według 48. Rankingu Forbes i Gracze Roku 2015, kategoria nowe technologie, według Forbes. Uznani zostali Ludźmi Mediów 2015 (konkurs magazynu „Brief”).

Użytkownicy WP Poczty w cyklicznie prowadzonych akcjach „Pomaganie przez logowanie” mogą wspólnie spełniać marzenia chorych dzieci. Logując się do WP Poczty, generują odsłony reklamowe, a część dochodu z reklam wspiera realizację marzeń podopiecznych Fundacji Mam Marzenie. W ramach projektu Wirtualna



Polska Akcja Humanitarna #logujemysię dla Nepalu użytkownicy WP Poczty, WP i PAH wspólnie zebrali fundusze na odbudowę szkoły w zniszczonym przez żywioł Nepalu.

WP aktywnie wspiera akcje społeczno-edukacyjne. Markę uhonorowano m.in. Perłą Mądrości – nagrodą za popularyzację idei profilaktycznych badań ginekologicznych. WP patronuje licznym wydarzeniom sportowym, np. Rowerem Do Pracy.

Oferta

Dzięki szerokiej gamie serwisów WP dostarcza użytkownikom zarówno treści o charakterze premium, jak i te popularne, dbając o jakość prezentowanych materiałów. Grupa dynamicznie rozwija obszar produkcji wideo. W jej studiu telewizyjnym powstają m.in. programy informacyjne, publicystyczne i rozrywkowe: poranny program #dzieńdobryWP prezentujący przekrój różnych treści (polityka, informacje, lifestyle, poradnictwo, rozrywka i kultura), codzienny program #dzisiaj 16.50, który przedstawia informacje z Polski i ze świata, Pudelek Show, program podający najgorętsze plotki i relacje z najważniejszych imprez sezonu.

Grupa WP prowadzi działalność w zakresie e-commerce przez swoje portale zawierające sekcje zakupowe z ofertami sklepów internetowych, jak również za pośrednictwem wyspecjalizowanych, tematycznych agregatorów ofert z różnych kategorii (marketplace). Domodi, Alani oraz Homebook udostępniają produkty z branży mody oraz kategorii dom i wystrój wnętrz. Money.pl i finansowy-supermarket.pl mają rozwinięte serwisy i narzędzia pozwalające na zakup i sprzedaż produktów oraz usług finansowych. Wakacje.pl i nocowanie.pl to specjalści w dziedzinie sprzedaży pakietów wycieczkowych i ubezpieczeń w kanale online.

Wirtualna Polska prowadzi również działalność na polskim rynku reklamy online, oferując klientom szeroką gamę produktów reklamowych, w tym nowoczesne reklamy display. W celu personalizacji reklam wykorzystuje

m.in. zaawansowane narzędzia big data umożliwiające analizę zachowań użytkowników w czasie rzeczywistym i natychmiastowe dopasowanie treści reklamowej do ich oczekiwań.

Promocja Marki

We wrześniu 2014 roku Grupa WP wprowadziła nowe logo, identyfikację wizualną, rewolucyjną stronę główną i rozpoczęła kampanię wizerunkową podkreślającą przeobrażenia zachodzące w spółce.

Nową strategię komunikacji oparto na emocjach, podkreślając szybkość prezentowania informacji oraz polskość. Cel działań to przejęcie wizerunku lidera, uwiarygodnienie pozycji WP wśród użytkowników, klientów, partnerów biznesowych. W kampanii wizerunkowej pod hasłem „Wszystko, co ważne, dzieje się w Polsce. W Wirtualnej Polsce” postawiono na odważny przekaz. Zmieniając logo, produkty, stronę główną, politykę wydawniczą i język komunikacji, WP wyraźnie komunikowała – jesteśmy nowoczesnym wydawcą wyznaczającym trendy. Jednocześnie na dynamice zyskiwała cała organizacja, wzrastało zaangażowanie i energia pracowników.

W grudniu 2016 roku wystartowała kolejna już odsłona kampanii wizerunkowej Wirtualnej Polski. Realizowane działania reklamowe koncentrowały się na ważnych, łączących Polaków wydarzeniach, a jej celem było umacnianie wizerunku WP jako medium pluralistycznego i obiektywnego, pokazującego różne punkty widzenia. Kampania miała przypomnieć, że Polacy mają wiele wspólnego i powinno przykładać się więcej uwagi do tego, co nas łączy, a nie dzieli. Działania reklamowe miały dodatkowo utrwalić w świadomości użytkowników fakt, że obecnie Wirtualna Polska to również telewizja.

Ostatnie wydarzenia

2 grudnia 2016 roku rozpoczęła nadawanie telewizja WP. Kanał nadawany jest za pośrednictwem naziemnej telewizji cyfrowej (MUX8), w wybranych sieciach kablo-

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- Grupa WP ma dwa nowoczesne systemy pocztowe: WP Poczta i Poczta O2. Korzysta z nich miesięcznie 9,3 mln osób. To jedno z największych platform e-mail w Europie (Badanie Gemius/PBI, marzec 2017).

- Co miesiąc internauci klikają 3,3 mld razy w serwis WP. Miesięcznie użytkownicy spędzają na stronach WP ponad 115 mln godzin.

- Od maja 2015 roku Wirtualna Polska jest spółką notowaną na giełdzie papierów wartościowych.

- Od grudnia 2016 roku Wirtualna Polska to również telewizja naziemna, dostępna także w kablówkach i na platformie cyfrowej.



wych i platformach satelitarnych oraz na stronie głównej Wirtualnej Polski.

Pod względem programowym telewizja WP to kanał uniwersalny, a przez dobór pozycji serialowych i antenowych twarzy, zorientowany lekko na kobiety. Telewizja WP to kilka godzin dziennie produkcji własnych, jakościowe produkcje serialowe (w tym nieemitowane wcześniej w kanałach otwartej telewizji zagraniczne produkcje), dokumenty i reality show.

www.wp.pl

HISTORIA MARKI

- 1995** Powstaje katalog Wirtualna Polska.
- 1998** Wirtualna Polska udostępniła darmowe konto e-mail.
- 1999** Startuje moja.wp.pl, pierwszy w Europie Wschodniej w pełni konfigurowalny przez użytkownika serwis internetowy.

- 2000** Jako pierwszy portal w Polsce WP daje użytkownikom dostęp do portalu przez telefon komórkowy.
- 2007** WP wprowadza ofertę targetowania behawioralnego reklam.
- 2014** Grupa WP kończy integrację, wprowadza nowe logo, stronę główną.

- 2015** Wirtualna Polska debiutuje na warszawskim parkiecie.
- 2016** Wirtualna Polska uruchamia naziemną telewizję cyfrową.
- 2017** Telewizja WP wprowadza do ramówki stacji kolejne, autorskie programy, m.in. Być jak Modelka, Pudelek Show i #Infoteka.