



Wirtualna Polska to grupa spółek działających w mediach i e-commerce. Zgodnie z badaniem Gemius/PBI, w lutym 2019 r. z produktów internetowych WP korzystało ponad 22 mln Polaków. Grupa WP jest właścicielem portalu horyzontalnego – Wirtualna Polska. Prowadzi również serwis odpowiadający na potrzeby informacyjne i rozrywkowe młodych internautów – O2 oraz specjalistyczne serwisy tematyczne. W branży e-commerce WP działa w obszarach turystyki, mody, wyposażenia wnętrz i projektowania domów, usług finansowych, zdrowia oraz motoryzacji. Misją Wirtualnej Polski jest bycie partnerem pierwszego wyboru Polaków, który dostarcza angażujących informacji, rozrywki, usług oraz inspiracji w codziennych decyzjach.



NOWA MOBILNA STRONA GŁÓWNA WP

Kontekst rynkowy

Wirtualna Polska spójnie łączy działalność medialną, reklamową oraz e-commerce, poszukując nowych rozwiązań komunikacji i łącząc potrzeby użytkowników z ofertą handlową partnerów. Grupa WP to również serwisy tematyczne, internetowe stacje radiowe (OpenFM), naziemna telewizja (Telewizja WP) oraz pełne interesujących ofert serwisy e-commerce. WP powstała w 1995 roku, a jej twórcy pracowali początkowo w jednym małym pokoju. Dziś, Wirtualna Polska jest wiodącym graczem w polskim Internecie i zgodnie ze strategią biznesową – dynamicznie się rozwija. WP zawsze jest w centrum wydarzeń, którymi żyje Polska.

Stawia na mobilność redakcji, relacje na żywo i materiały wideo, dzięki czemu zyskuje coraz szersze grono odbiorców. Jest liderem wielu kategorii tematycznych, co potwierdziło badanie Gemius/PBI.

Oferta

E-commerce Wirtualnej Polski to m.in. serwisy turystyczne, które zapewniają kompleksową ofertę dla podróżujących oraz poszukujących noclegów w kraju i za granicą. Należą do nich: Wakacje.pl, Nocowanie.pl, eholiday.pl, easygo.pl, MyTravel.pl, Parklot.pl. Marki Domodi i Allani ułatwiają poszukiwanie produktów z branży mody. Homebook i Extradom.pl działają na

rynku wyposażenia wnętrz i projektowania domów. Domeny totalmoney.pl, direct.money.pl oraz finansowysupermarket.pl porównują i pozwalają wybrać najkorzystniejsze oferty ubezpieczeń, kredytów, pożyczek, kart czy kont. Eksperti tych serwisów piszą prostym językiem, a tworzone przez nich treści pozwalają odnaleźć się w zawiłym świecie finansów. W 2018 roku WP weszła w obszar motoryzacji. W serwisie Superauto24.com prezentowana jest szeroka oferta samochodów pochodzących od autoryzowanych dilerów różnych marek. E-commerce Grupy WP to kompleksowe rozwiązania, gwarancja efektywnego dotarcia do odbiorcy, dostarczanie użytkownikom informacji



o trendach oraz rekomendacje zakupowe. WP prowadzi działalność na polskim rynku reklamy online i oferuje klientom szeroką gamę produktów. Należą do nich m.in. nowoczesne reklamy display, w tym m.in. reklamy wideo online, reklamy wysłane pocztą elektroniczną, reklamy na urządzenia mobilne oraz reklamy oparte na modelu efektywnościowym (tj. rozliczane za przejścia do strony, wypełnienie formularza, rejestrację, zakup towarów lub usług, lead generation, performance marketing). WP od lat rozwija sprzedaż w inteligentnym modelu programatycznym, który dostarcza wielu rozbudowanych metryk służących mierzalności prowadzonych kampanii. W celu personalizacji reklam wykorzystuje także zaawansowane narzędzia big data, umożliwiające analizę zachowań użytkowników w czasie rzeczywistym i natychmiastowe dopasowanie treści reklamowej do ich oczekiwań.

Osiągnięcia

W 2018 roku dziennikarze WP przygotowali ponad 280 tys. materiałów, m.in. wywiady, relacje wideo, opinie, reportaże i newsy. Każdego dnia dostarczali bieżących informacji, komentowali aktualne wydarzenia i przedstawiali ciekawostki ze świata rozrywki. To właśnie dzięki nim Wirtualna Polska jest miejscem, do którego Internauci wracają każdego dnia. Ich praca pozwoliła WP zdobyć tytuł najbardziej opiniotwórczego medium internetowego w rankingu Instytutu Monitorowania Mediów. Praca dziennikarzy WP była w 2018 roku doceniana wielokrotnie. Mateusz Ratajczak za cykl artykułów o oszustach określanych jako "łowcy frajerów" i "łowcy z kotłowni" otrzymał nagrodę Newsweeka im. Teresy Torańskiej w kategorii „Najlepsze w Internecie 2018”. Dziennikarki WP abcZdrowie zostały wyróżnione w konkursie Dziennikarz Medyczny Roku 2018 organizowanym przez Stowarzyszenie Dziennikarzy dla Zdrowia. W kategorii „publicystyka internetowa” Sylwia Stachura zdobyła 2. nagrodę, a Katarzyna Krupka

HISTORIA MARKI

1995 Powstaje katalog Wirtualna Polska.

1998 WP udostępnia darmowe konta 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. Jednocześnie rusza horyzontalny portal O2.pl, który do 2014 roku będzie konkurował z WP.

1. nagrodę oraz nagrodę specjalną za najlepsze publikacje na temat medycyny estetycznej, kosmetologii i chirurgii plastycznej. Marek Kacprzak otrzymał prestiżową Nagrodę Business Center Club za propagowanie w swojej pracy zawodowej zasad przedsiębiorczości, wspieranie idei wolnego rynku i szerzenie edukacji ekonomicznej. Od 2018 roku WP zastąpiła standardowe rozliczenia CPM, dużo bardziej miarodajnym modelem vCPM (cost per viewed mille). Dzięki niemu klienci zyskują jeszcze bardziej rzetelne wyniki prowadzonych kampanii i płacą za reklamy, które faktycznie zobaczyli użytkownicy. Zmianę sposobu rozliczania reklam Wirtualna Polska wprowadziła jako pierwsza, jeszcze zanim model vCPM stał się rynkowym standardem. Osiągnięcie doceniono w piętnastej edycji raportu magazynu „Media&Marketing Polska”. WP otrzymała tytuł Biura Reklamy Internetowej Roku i wyprzedziła nie tylko konkurencję z innych portali, ale także światowych potentatów, takich jak Facebook czy Google. Wirtualna Polska została nagrodzona po raz czwarty z rzędu. Telewizja WP w 2018 roku została liderem wśród stacji nadających na MUX8 (dane: NAM). Strategia programowa telewizji to łączenie produkcji własnych z wartościową ofertą zagraniczną. Telewizja WP jako pierwsza w Polsce wprowadziła do ramówki najnowszy, bijący rekordy popularności 13. sezon „Mam talent Ameryka”. Najpopularniejszy odcinek osiągnął 1,48% udziału w grupie komercyjnej oraz 1,16% wśród wszystkich widzów.

Promocja marki

W 2018 r. WP zrealizowała ogólnopolską kampanię wizerunkową, której celem było zachęcenie do wymiany poglądów i opinii wszystkich Polaków. WP pod hasłem „Punkty widzenia ścierają się w Polsce” zachęcała do rozmowy i szerszego spojrzenia na świat.

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Telewizja WP dostępna jest jako telewizja naziemna na ósmym multipleksie (MUX8), w najlepszych sieciach kablowych i na platformie cyfrowej, a także bezpłatnie na platformie WP Pilot, umożliwiającą oglądanie tradycyjnej telewizji w wersji online.

22 200 000

Tyłu realnych użytkowników korzystało ze wszystkich produktów internetowych Grupy WP. Według badań Gemius/PBI z lutego br. wykonali oni 2,8 mld odsłon, spędzając w serwisach WP średnio aż 37,5 min dziennie.

WP stawia na lokalne wątki, ludzkie historie, pozytywne tematy i przełamywanie stereotypów koncentrując się na miejscach spoza głównego nurtu, na które rzadko spogląda oko kamery. W połowie lipca reporterzy wyruszyli na trasę #JedziemyWPolskę i przez dwa miesiące odwiedzili kilkanaście miejsc. W efekcie powstał cykl reportaży. Zespół WP spełnił także marzenie Stanisława Jana Majewskiego, pseudonim „Stach”, który w wywiadzie zdradził, że chciałby, aby w rocznicę wybuchu Powstania Warszawskiego ludzie pokazali mu, że jeszcze pamiętają o tym, co działo się w Polsce w 1944 roku. WP zaprosiła do spotkania. Na Skwerze Pamięci Batalionu AK Zaremba-Piorun zebrali się kilkuset Polaków z całego kraju. WP swoje kanały komunikacji wykorzystuje także w realizacji działań CSR, w tym edukacji społeczeństwa. W akcji #SmogAlert informuje o aktualnym stanie jakości powietrza oraz jego wpływie na zdrowie. We współpracy z Biurem Rzecznika Praw Obywatelskich WP opublikowała również materiały, przypominające, że wolność od przemocy to jedno z podstawowych praw, a obowiązkiem każdego jest reagowanie w sytuacjach, w których dochodzi do przemocy. Poprzez te działania WP umacnia swój wizerunek - medium pluralistycznego i obiektywnego, pokazującego różne punkty widzenia.

www.wp.pl