



Wirtualna Polska jest wiodącym wydawcą internetowym, medium informacyjnym kompetentnie komentującym i kreującym rzeczywistość. Precyzyjnie odpowiada na potrzeby odbiorców, pełni funkcję inteligentnego przewodnika oraz doradcy. Jest medium nie tylko nowoczesnym, lecz także porządkującym świat, dostarczającym informacji i rozrywki w czasie rzeczywistym, na wszystkich urządzeniach. Daje użytkownikom narzędzia, dzięki którym mogą w pełni wykorzystać możliwości oferowane przez nowoczesne, cyfrowe społeczeństwo.



#### Kontekst rynkowy

Wirtualna Polska powstała w 1995 roku, a jej twórcy pracowali początkowo w jednym małym pokoju. Obecnie Grupa WP (GWP) jest wiodącą grupą medialną w polskim internecie, liderem wśród polskich wydawców internetowych. Konsekwentnie rozwija swoje serwisy, odwiedzane przez ponad 18 mln internautów miesięcznie [za: Megapanel PBI/Gemius, XII 2015].

Grupa udostępnia darmową pocztę, najpopularniejszą usługę w Polsce, z której korzysta blisko 9 mln użytkowników. Jest także liderem wielu kategorii tematycznych badania Megapanel, m.in.: „Biznes, Finanse, Prawo”, „Komunikacja”, „Styl Życia”, „Nowe Technologie”, pod względem liczby użytkowników.

Od czasu powstania wyróżnikiem Wirtualnej Polski jest nieustanne dążenie do rozwoju i wprowadzanie innowacyjnych rozwiązań. Należą do nich m.in.: telewizja online wp.tv, targetowanie behawioralne przekazów reklamowych, wersja na urządzenia mobilne, uruchomienie pierwszej wśród polskich wydawców aplikacji informacyj-

nej na iPada. W 2011 roku aplikacja Info WP.PL umożliwiła korzystanie z serwisów Wirtualnej Polski na Windows Phone 7.5. Była to pierwsza polska aplikacja portalowa dostępna w tym marketplace. W 2015 roku jako pierwszy wydawca internetowy w Polsce WP transmitowała na żywo, bezpośrednio ze strony głównej, wieczór wyborczy z własnego studia TV i sztabów wyborczych, tworząc realną alternatywę dla stacji telewizyjnych. W tym samym roku pierwsza rozpoczęła też realizację cyklicznej, publicystycznej audycji na żywo.

#### Osiągnięcia

Działalność GWP wielokrotnie doceniana była przez rynek, ekspertów, specjalistów. Tylko w 2015 roku zmiana wizerunku marki Wirtualna Polska przyniosła Grupie szereg prestiżowych wyróżnień: Grand Prix Effie i nagrodę główną konkursu w kategorii Media, Kultura i Rozrywka – za kampanię wizerunkową #DZIEJESIEWPOLSCIE – oraz 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”.

Marta Czartoryska-Żak, VP Chief Marketing Officer w GWP, otrzymała Grand Prix konkursu Dyrektor Marketingu Roku 2014. Wielokrotnie nagradzono też Jacka Świderskiego, Michała Brańskiego i Krzysztofa Sierotę, twórców sukcesu Grupy – uzyskali oni m.in.: tytuły Liderzy Biznesu 2014 i Gracze Roku 2015 w kategorii Nowe Technologie miesięcznika „Forbes”. Zostali także uznani Ludźmi Mediów 2015 przez „Brief”.

Biurowo Reklamy GWP uznano za najlepsze biuro reklamy internetowej w Polsce w 2015 roku według corocznego rankingu „Biura Reklamy” magazynu „Media & Marketing Polska”.

Zgodnie ze swoją misją „Partner pierwszego wyboru Polaków, dostarczający angażujące informacje, rozrywkę i usługi oraz inspirowany w codziennych decyzjach” WP chce nieustannie pobudzać internautów do działania, również w podejmowaniu decyzji dotyczących pomagania. Użytkownicy WP Poczty, w cyklicznie prowadzonych akcjach „Pomaganie przez logowanie”, mogą wspólnie spełniać marzenia chorych dzieci – część dochodu z reklam wspiera realizację wybranych marzeń podopiecznych Fundacji Mam Marzenie. W ramach projektu „Wirtualna Polska Akcja Humanitarna #logujemiesiedlanepalu”, internauci mogli pomóc dzieciom poszkodowanym w trzęsieniu ziemi w Nepalu. Do udziału w akcji zachęcała ogólnopolska, szeroko zasięgowa kampania, której towarzyszyło hasło „Od 20 lat łączymy ludzi w Polsce. Wirtualnej Polsce”.

Marka aktywnie wspiera także akcje społeczno-educacyjne oraz propaguje aktywny tryb życia, patronuje licznym wydarzeniom sportowym m.in.: Rowerem Do Pracy, Bieg Po Nowe Życie, Tropem Wilczyń – Bieg Pamięci Żołnierzy Wyklętych. W tych inicjatywach biorą udział również pracownicy firmy oraz ich najbliżsi. WP uhonorowano także m.in. Perłą Mądrości – nagrodą za popularyzację idei profilaktycznych badań ginekologicznych.

#### Oferta

Dzięki szerokiej gamie serwisów WP dostarcza użytkownikom zarówno treści o charakterze premium, jak i te popularne, dbając o jakość prezentowanych materiałów. GWP stawia na publikację i audycje autorskie oraz współpracę z renomowanymi partnerami, również kontentowymi. Grupa dynamicznie rozwija obszar produkcji własnych. W jej studio filmowym powstają m.in. cykliczne programy



informacyjne, publicystyczne, rozrywkowe. Znakomitą część formatów wideo stanowią relacje reporterskie. GWP realizuje też transmisje na żywo, a od września 2015 roku – codzienne pasma live (publicystyczne oraz lifestyle’owe).

GWP to niekwestionowany lider w kategorii mobile. Udostępniła kilkadziesiąt serwisów przystosowanych do przeglądania na urządzeniach mobilnych. Oferuje też aplikacje mobilne na popularne systemy operacyjne iOS, Android, Windows Phone. Użytkownicy mają wygodny dostęp do najważniejszych informacji z serwisów WP. W mobilnej wersji dostępna jest WP Poczta – najpopularniejszy serwis pocztowy w Polsce.

GWP prowadzi działalność w zakresie e-commerce zarówno przez swoje portale zawierające sekcje zakupowe z ofertami sklepów internetowych, jak i za pośrednictwem wyspecjalizowanych, tematycznych agregatorów ofert z różnych kategorii. Do najważniejszych należą: Domodi, Homebook, Money.pl, czy Wakacje.pl. E-commerce Grupy to kompleksowe rozwiązania, gwarancja efektywnego dotarcia do odbiorcy, dostarczanie użytkownikom informacji o trendach oraz rekomendacje zakupowe.

GWP 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. Zwiększa to skuteczność kampanii i poprawia satysfakcję użytkowników dzięki oferowaniu im treści zgodnych z ich preferencjami.

#### Promocja Marki

We wrześniu 2014 roku GWP wprowadziła nowe logo, identyfikację wizualną, rewolucyjną stronę główną i rozpoczęła kampanię wizerunkową podkreślającą przeobra-



żenia zachodzące w spółce. Wcześniej, obok misji, zdefiniowano nowe wartości GWP, a w ramach zredesignowanej strategii zmieniono jednocześnie firmę, produkt (też reklamowy), politykę wydawniczą, redakcyjną, rozwiązania technologiczne.

Logo, przygotowane przez agencję BNA, doskonale komunikowało dynamikę zmian WP, pozycjonując ją jako nowoczesną, odważną markę – lidera, który w strategii ma wpisaną opinotwórczość i przebojowość, a w historii – polskość. Nową strategię komunikacji oparto na emocjach, podkreślając szybkość prezentowania informacji oraz polskość.

W kampanii wizerunkowej pod hasłem „Wszystko, co ważne, dzieje się w Polsce. W Wirtualnej Polsce” postawiono na odważny przekaz. Wykorzystane hasła korespondowały z bieżącymi wydarzeniami. Na formatach reklamowych, podobnie jak na nowej stronie głównej, eksponowano przykuwającą uwagę zdjęcie. Ugruntowywano w odbiorcach przekonanie, że dzięki WP mogą w pełni uczestniczyć w tym, co dzieje się w kraju i na świecie, mając stały dostęp do najważniejszych informacji, prezentowanych w optymalny, nowoczesny sposób.

Zmieniając logo, produkty, stronę główną, politykę wydawniczą i język komunikacji, WP wyraźnie mówiła rynekowi – „Jesteśmy nowoczesnym wydawcą wyznaczającym trendy”. Jednocześnie na dynamice zyskiwała cała organizacja, wzrastało zaangażowanie i energia pracowników. Firma przechodziła wewnętrzny rebranding, przenosząc założenia komunikacyjne do przestrzeni około pracowniczej.

#### Ostatnie wydarzenia

Należąca do GWP WP1 Sp. z o.o. otrzymała koncesję na nadawanie programu „WP1” w ramach rozstrzygniętego przez KRRiT konkursu na zagospodarowanie MUX8. Przyznanie koncesji otwiera nowy etap w Wirtualnej



#### TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- GWP ma dwa nowoczesne systemy pocztowe: WP Poczta i Poczta o2. Korzysta z nich miesięcznie prawie 9 mln osób! To jedno z największych poczty e-mail w Europie.
- Serwisy biznesowe GWP są najpopularniejsze w Polsce. Łącznie, w ciągu miesiąca, odwiedza je aż 6,4 mln użytkowników.
- Co miesiąc internauci „klikają” blisko 5 mld razy w serwis WP. W ciągu 20 lat funkcjonowania WP powstało ponad 5 mln tekstów, a materiały wideo obejrzano ponad 2 mld razy.
- Miesięcznie użytkownicy spędzają na stronach WP blisko 125 mln godzin.



Polsce, oznacza bowiem szybką budowę kompetencji w już wcześniej strategicznie ważnym dla spółki obszarze produkcji i dystrybucji treści telewizyjnych.

[www.wp.pl](http://www.wp.pl)

#### HISTORIA MARKI

**1995** Powstaje katalog Wirtualna Polska.

**1998** Katalog przekształca się w portal. Wirtualna Polska zaczyna funkcjonować w domenie wp.pl. Udostępnienie darmowego 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 uruchamia serwis WAP, dając użytkownikom dostęp do portalu przez telefon komórkowy.

**2007** Startuje telewizja internetowa wp.tv. WP wprowadza ofertę targetowania behawioralnego reklam. Powstaje mobilna wersja portalu.

**2011** WP udostępniła pierwszą aplikację Smart TV, WP.TV dla Samsung Smart TV.

**2012** Spółka rozwija działalność e-commerce i uruchamia platformę sprzedaży dla młodych projektantów – conceptshop.pl. WP, jako pierwszy wydawca internetowy w Polsce, udostępniła aplikację Facebook Social Reader.

**2014** GWP kończy integrację, wprowadza nowe logo i stronę główną.

**2015** Wirtualna Polska debiutuje na Giełdzie Papierów Wartościowych. Debiut spotkał się z uznaniem rynków finansowych – dwa prestiżowe wyróżnienia: Best IPO Award i Top IPO of 2015.

**2015** Pierwszy raz w historii wydawca internetowy realizuje cykliczną, publicystyczną audycję na żywo – #dziejesienazwywo. WP otrzymuje koncesję na rozpowszechnianie programu WP1 w ramach rozstrzygniętego przez KRRiT konkursu na zagospodarowanie MUX8.