



Wirtualna Polska to holding technologiczny, od ponad 25 lat prowadzący działalność mediową, reklamową oraz e-commerce. Jest właścicielem Strony Głównej WP i serwisów tematycznych takich jak money.pl, WP SportoweFakty czy autocentrum.pl. W branży e-commerce działa w obszarach turystyki, mody, wyposażenia wnętrz i projektowania domów, usług finansowych oraz motoryzacji. Według Gemius/PBI w sierpniu 2021 roku z jego produktów internetowych korzystało 21 milionów Polaków.



Kontekst rynkowy

WP rozpoczęła działalność w 1995 roku, a jej twórcy pracowali początkowo w jednym małym pokoju. Obecnie WP to grupa kapitałowa, na czele której stoi Wirtualna Polska Holding SA. Grupa działa w Polsce i tworzy nowoczesne otoczenie pracy w wielu miejscach kraju.

Działalność w obszarach e-commerce, reklamy i mediów łączy technologia. Wszystkie usługi idealnie dopasowują się do preferencji i zainteresowań użytkowników. Dziennikarze codziennie przygotowują dziesiątki materiałów; dostarczają bieżących informacji, komentują aktualne wydarzenia i przedstawiają ciekawostki ze świata

rozrywki. WP swoim partnerom oferuje innowacyjne produkty reklamowe, które często wprowadza na polskim rynku jako pierwsza. Wyróżnia ją m.in. transparentne rozliczanie, nowoczesne formaty i dostarczanie rozbudowanych metryk mierzalności. E-commerce WP to gwarancja efektywnego dotarcia do odbiorców, informacje



o trendach oraz rekomendacje zakupowe. Misją WP jest pozostanie dla Polaków partnerem pierwszego wyboru, który dostarcza angażujących informacji, rozrywki i usług oraz inspiracji do podejmowania codziennych decyzji.

Oferta

WP ma w swojej ofercie dwie strony główne (WP oraz o2), ogólnopolskie i lokalne serwisy informacyjne (m.in. WP Wiadomości, WawaLove, WP Wrocław), strony poświęcone biznesowi i finansom (money.pl) oraz najpopularniejszy serwis sportowy w Polsce (WP SportoweFakty). Świat motoryzacji prezentowany jest w WP Autokult i AutoCentrum.pl. Redakcja WP przygotowuje specjalistyczne serwisy w zakresie nowych technologii, zdrowia i parentingu, rozrywki i kultury, show-biznesu i tematyki *lifestyle*. Holding posiada także usługi pocztowe WP Poczta i o2 poczta, serwis WP Video, radio Open FM, naziemną Telewizję WP oraz platformę WP Pilot, oferującą dostęp do tradycyjnej telewizji w wersji *online*.

E-commerce WP to m.in. serwisy turystyczne, które zapewniają ofertę dla podróżujących oraz poszukujących noclegów w kraju i za granicą. Należą do nich: Wakacje.pl, Nocowanie.pl oraz Parklot.pl. Marki Domodi i Allani ułatwiają poszukiwanie produktów z branży mody. Homebook i Extradom działają na rynku wyposażenia wnętrz i projektowania domów. Totalmoney.pl porównuje i pozwala wybrać najkorzystniejsze oferty ubezpieczeń, kredytów, pożyczek, kart i kont. W serwisie superauto.pl prezentowana jest szeroka oferta samochodów od autoryzowanych dilerów różnych marek. 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*, wysyłane pocztą elektroniczną, na urządzenia mobilne oraz 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 mierzalności prowadzonych kampanii. W celu personalizacji reklam wykorzystuje zaawansowane narzędzia *big data*, umożliwiające analizę zachowań użytkowników w czasie rzeczywistym i natychmiastowe dopasowanie treści reklamowej do oczekiwań.

W sierpniu do użytku klientów zostało oddane narzędzie WP Ads. To platforma, która pozwala na samodzielne planowanie i zarządzanie kampaniami reklamowymi i mailingiem. Pomija pośredników i zapewnia rozliczenie za faktyczną sprzedaż (ROAS). To pierwszy tego typu produkt na rynku reklamowym, dostępny na początku dla pięciu branż: odzież i obuwie, dom i ogród, elektronika i media, sport oraz zdrowie i uroda. To, co wyróżnia ten produkt na rynku, to możliwość rozliczania kampanii za faktycznie uzyskaną sprzedaż w sklepie e-commerce (RoAS).

Osiągnięcia

Od początku 2021 roku dziennikarze WP przygotowali ponad 160 tysięcy materiałów: wywiady, relacje wideo, opinie, reportaże i newsy. To właśnie dzięki nim WP jest miejscem, do którego internauci wracają każdego dnia. Dziennikarz WP, Szymon Jadczyk, został nagrodzony Złotą Gruszką – prestiżową nagrodą dziennikarską, przyznaną od ponad trzydziestu lat przez Oddział Stowarzyszenia Dziennikarzy w Krakowie – za szczególne osiągnięcia dziennikarskie.

Wirtualna Polska kontynuuje też proces przechodzenia na zieloną energię. W lipcu 2021 roku spółka kupiła na Dolnym Śląsku dużą farmę fotowoltaiczną o wartości 12,4 miliona złotych. Zielona energia pochodząca z własnej produkcji niemal w połowie pokrywa już zapotrzebowanie WP na zasilanie serwerowni. Celem tych działań jest osiągnięcie przez Wirtualną Polskę zeroemisyjności i neutralności klimatycznej do 2023 roku.

W bieżącym roku kapitalizacja Grupy Wirtualna Polska Holding, notowanej na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, przekroczyła 4 miliardy złotych.

Promocja marki

W 2021 roku WP zrealizowała kampanię społeczną #Zdążyysz?, której celem była promocja szczepień. W kampanii wzięły udział osoby, które przez pandemię COVID-19 straciły najbliższych. W obliczu czwartej fali pandemii i niechęci do szczepień opowiedziały swoje historie i zadały Polakom ważne pytania: #Zdążyysz?

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.

2006 Grupa O2 uruchamia Pudelek.pl, pierwszy duży serwis show-biznesowy w Polsce skupiający treści ze świata rozrywki.

2007 WP wprowadza ofertę targetowania behawioralnego reklam.

2014 Grupa WP kończy integrację, wprowadza nowe logo i stronę główną.

2015 WP debiutuje na warszawskim parkiecie.

2016 WP uruchamia naziemną telewizję cyfrową.

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Zgodnie z danymi Nielsen Audience Measurement, Telewizja WP w 2020 roku zanotowała rekordowy wynik 0,67% SHR w grupie komercyjnej 16-49. Wyprzedziła w ten sposób wszystkie kanały MUX8, również w dystrybucji naziemnej oraz kablowej. W sumie przez cały 2020 rok Telewizja WP dotarła do 9,5 mln widzów, co stanowi wzrost o 7 punktów procentowych w stosunku do 2019 roku.

21 000 000

Tytuł realnych użytkowników korzystało ze wszystkich produktów internetowych Grupy WP w sierpniu 2021 roku. Według badania Gemius/PBI wykonali oni 3,3 miliardów odsłon, spędzając w serwisach WP średnio aż 15 minut dziennie.

Wirtualna Polska konsekwentnie podejmuje też działania dotyczące ochrony klimatu i ekologii. Realizuje ekologiczny projekt „WP Naturalnie”, w ramach którego m.in. przygotowała kampanię wizerunkową zachęcającą do działań w obliczu zmian klimatycznych i przyszłości planety. *Jeden gest nie zmienia świata, ale od jednego wszystko się zaczyna. Teraz wielkiej zmiany wymaga nasze podejście do klimatu* – tak brzmiało główne przesłanie spotu reklamowego, którego celem jest walka z postępującymi zmianami klimatycznymi. Przekaz skierowany był do użytkowników Internetu i zachęcał do podjęcia małych kroków na rzecz środowiska, jak np. przełączenia się na tzw. tryb ciemny podczas przeglądania stron internetowych. Użytkownicy Strony Głównej WP oraz ponad 20 serwisów należących do Wirtualnej Polski mogą włączyć go jednym kliknięciem i w ten sposób m.in. zaoszczędzić energię w urządzeniach wykorzystujących ekrany typu OLED, na przykład w telefonach komórkowych. W 2021 roku Wirtualna Polska rozpoczęła współpracę z fundacją Las na Zawsze, której rezultatem jest m.in. posadzenie lasu Wirtualnej Polski, kampania edukacyjna oraz bieżące wsparcie dalszych działań fundacji w zakresie ekologii.

holding.wp.pl

2018 Biuro Reklamy WP w rankingu Media&Marketing Polskaczwartym razem z rządu otrzymuje tytuł Biura Reklamy Internetowej Roku.

2020 WP otrzymuje Wektora 2019 Pracodawców RP.

2021 Wirtualna Polska po raz kolejny zostaje uznana za najbardziej opiniotwórcze medium internetowe w rankingu IMM.