

Wykład:

**System komunikacji  
w marketingu relacyjnym**

# Promocja a komunikacja

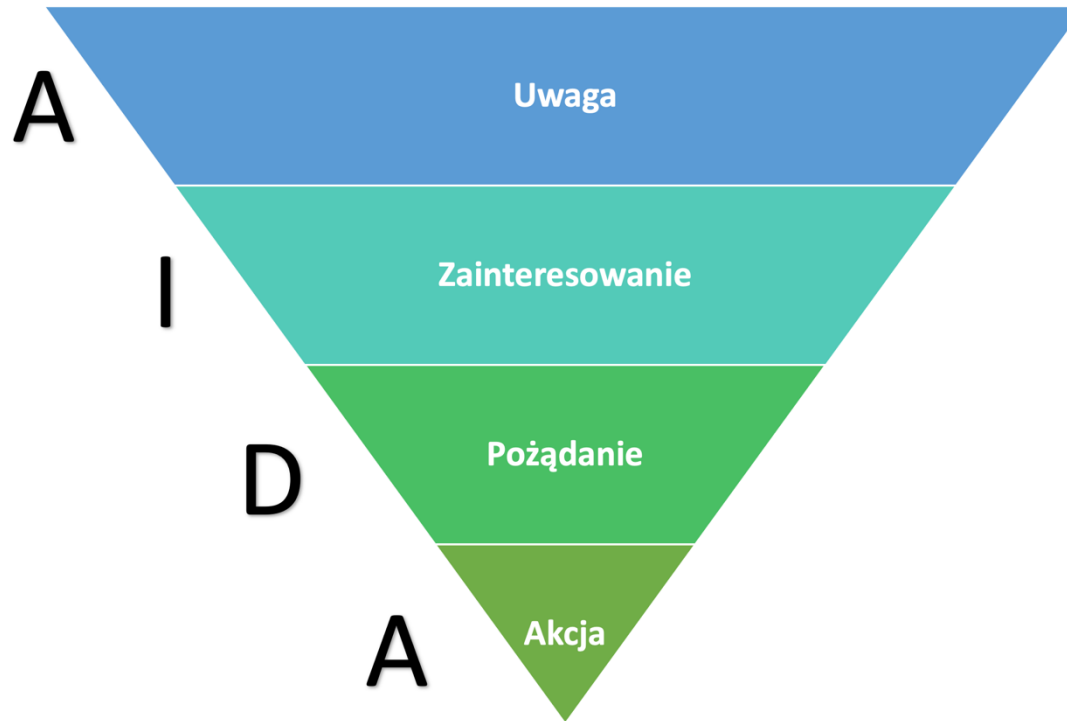
Kotler: „**promocja** - obejmuje różne rodzaje czynności, jakie podejmuje przedsiębiorstwo, aby **poinformować o cechach merytorycznych produktu i przekonać docelowych nabywców, aby go kupili**”.

Davies (1981): **komunikacja** jest pojęciem szerszym niż promocja (bo „**obejmuje przepływ informacji w obu kierunkach**”).

Ducoffe i Curlo (2000): „**z samej definicji komunikacja jest procesem dwukierunkowym**”.

Duncan i Moriarty (1998) definiują komunikację, jako „ludzką aktywność, która łączy ludzi i kreuje relacje (więzi)” i dodają, że „**relacje nie mogą powstać bez komunikacji**”.

# Model AIDA

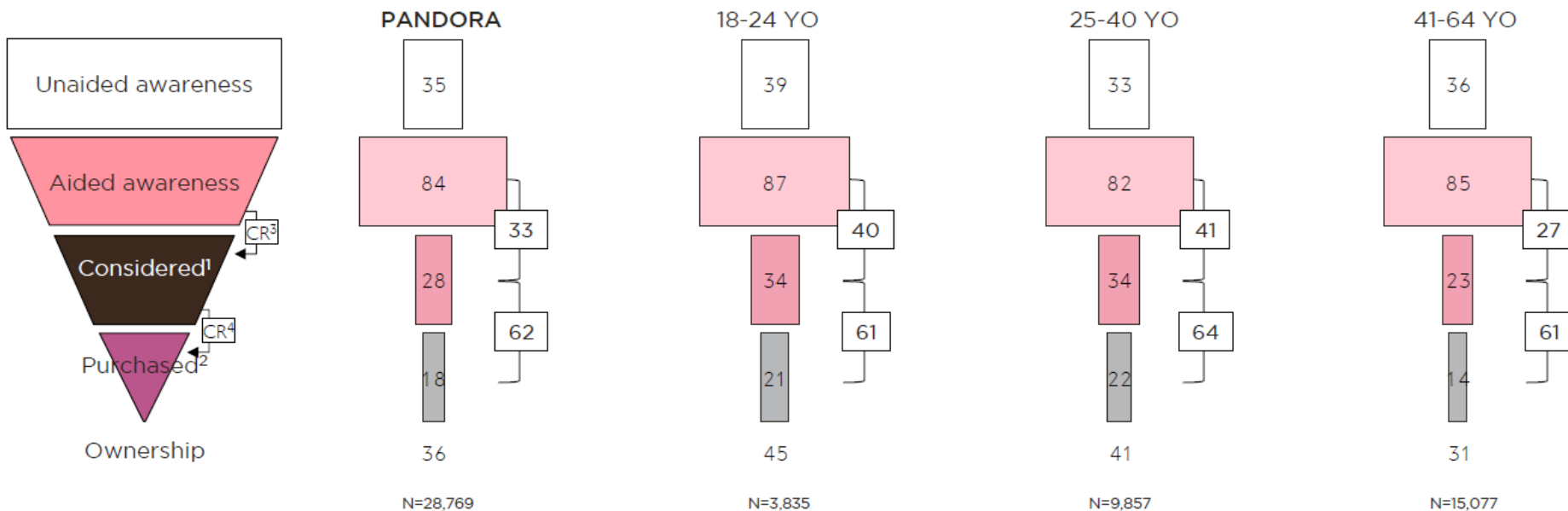


**AIDA (Attention - Interest - Desire - Action)**

# Pandora - lejek sprzedażowy, 2024

## GLOBAL PURCHASE FUNNEL - DEVELOPMENT I PANDORA - FEMALE AGE GROUPS

Base: All women



# Kampania reklamowa PANDORY „*The Unique Thank You*”, 2016





Szukaj na Facebooku

BE

LOVE



**Pandora** ✓

19 mln polubienia • 19 mln obserwujący

Wyślij wiadomość

Polub

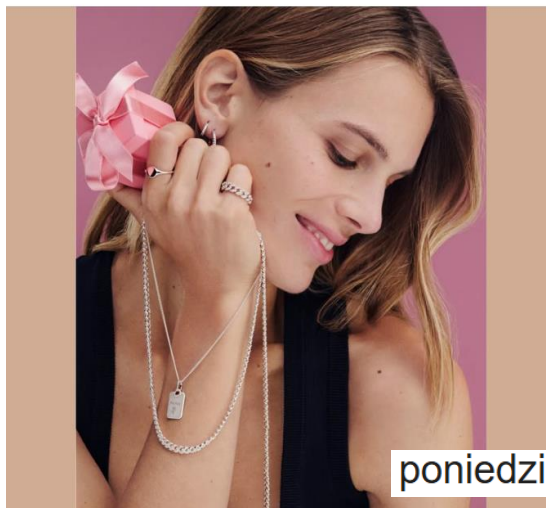
Szukaj



Pandora ✓

5 maja o 09:00 · 🌐

Wygraweruj swoje uczucia i stwórz unikalny prezent dla kogoś naprawdę wyjątkowego. ❤️👉  
@clarence\_haaster na prezent na Dzień Matki wybrała elementy Pandora. Zainspiruj... [Wyświetl więcej](#)



Pandora ✓

6 maja o 09:00 · 🌐

W świecie w którym możesz być kimkolwiek chcesz. Bądź jak Twoja mama. Be love. ❤️  
Supermodelka @misskarenelson i jej córka @scarbarbar prezentują biżuterię Pandora Mome...  
[Wyświetl więcej](#)



poniedziałek, 26 maja 2025

# Komunikacja relacyjna

Komunikacja relacyjna opiera się na kilku założeniach: dużą rolę odgrywa w niej **komunikacja osobista** (komunikacja masowa jest przydatna tylko w okresie nawiązywania relacji oraz w przełomowych momentach), **informacje płyną w obu kierunkach** (klient ma możliwość wyrażania swojej opinii, jego zdanie jest odnotowywane i co najważniejsze wykorzystywane w praktycznej działalności firmy), we wszystkich kanałach komunikacji, nawet elektronicznych, wprowadza się **elementy interaktywności**, przekaz jak i inne elementy programów komunikacji (media, formy i nośniki reklamy) dostosowane są do preferencji (oraz poziomu percepcji) klienta.

Szczepaniec (2004)

# Komunikacja relacyjna

W systemie komunikacji relacyjnej zmienia się struktura wydatków marketingowych.

**Rośnie znaczenie wydatków przeznaczanych na polepszenie przepływu informacji pomiędzy firmą a „starymi” klientami** (a zmniejsza się poziom wydatków przeznaczanych wyłącznie na pozyskanie nowych klientów).

W komunikacji relacyjnej **nie do przyjęcia jest wprowadzanie w błąd klienta**, świadome stosowanie niezrozumiałego przekazu czy ukrywanie informacji istotnych z decyzyjnego punktu widzenia.

Szczepaniec (2004)

# Marketing Internetowy - działania (5 C)

- 1.budowa wspólnoty (*community*), która jest znacznie łatwiejsza do stworzenia w świecie wirtualnym;
- 2.prezentacja treści informacyjnych (*content*), biorąc pod uwagę wielowymiarowość i obszerność tematów, które mogą podejmować treści internetowe;
- 3.sposób komunikacji (*communication*), pozwalający na sprawną komunikację elektroniczną w czasie rzeczywistym z nieograniczoną liczbą odbiorców;
- 4.koordinacja (*coordination*) procesów decyzyjnych w danym przedsiębiorstwie, gdyż podejmowane są one na podstawie informacji;
- 5.obrót handlowy (*commerce*), umożliwia poszerzenie rynków docelowych i obniżenie kosztów transakcji.

# Podstawowe działania z zakresu marketingu internetowego /e-marketingu/

- SEO i SEM (*Search Engine Optimization i Search Engine Marketing*)
- Sieci reklamowe (*Google Ads*)
- Social Media Marketing
- Influencer Marketing
- Content Marketing
- Event Marketing
- Real Time Marketing
- Remarketing
- Video Marketing
- E-mail Marketing
- Viral Marketing



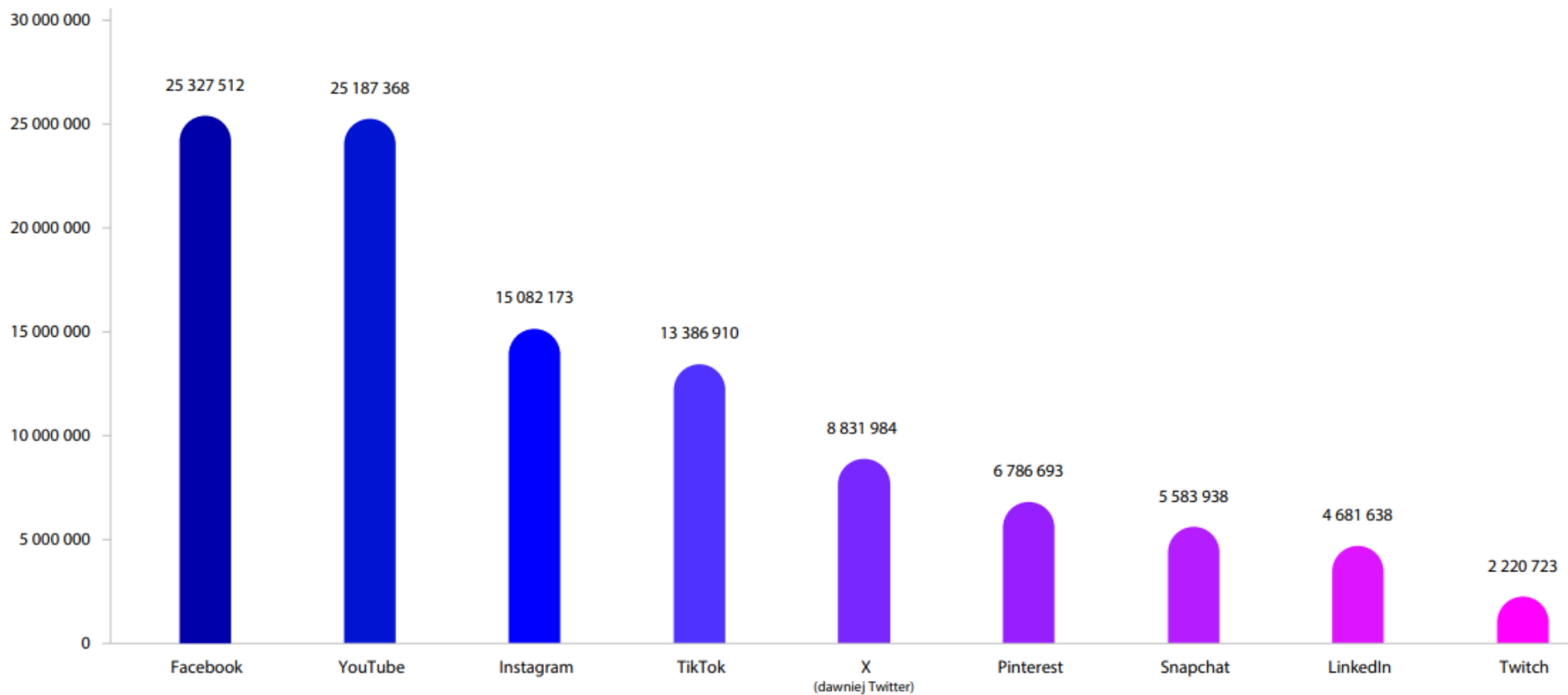
Źródło: P. Szczepaniec (2023).

# Social Media Marketing

**Social Media Marketing** - obejmuje wszelkie działania wykorzystujące media społecznościowe w celu generowania ruchu w witrynie. Wiele platform posiada własne sieci reklamowe oraz narzędzia analityczne służące do weryfikacji wyników kampanii.

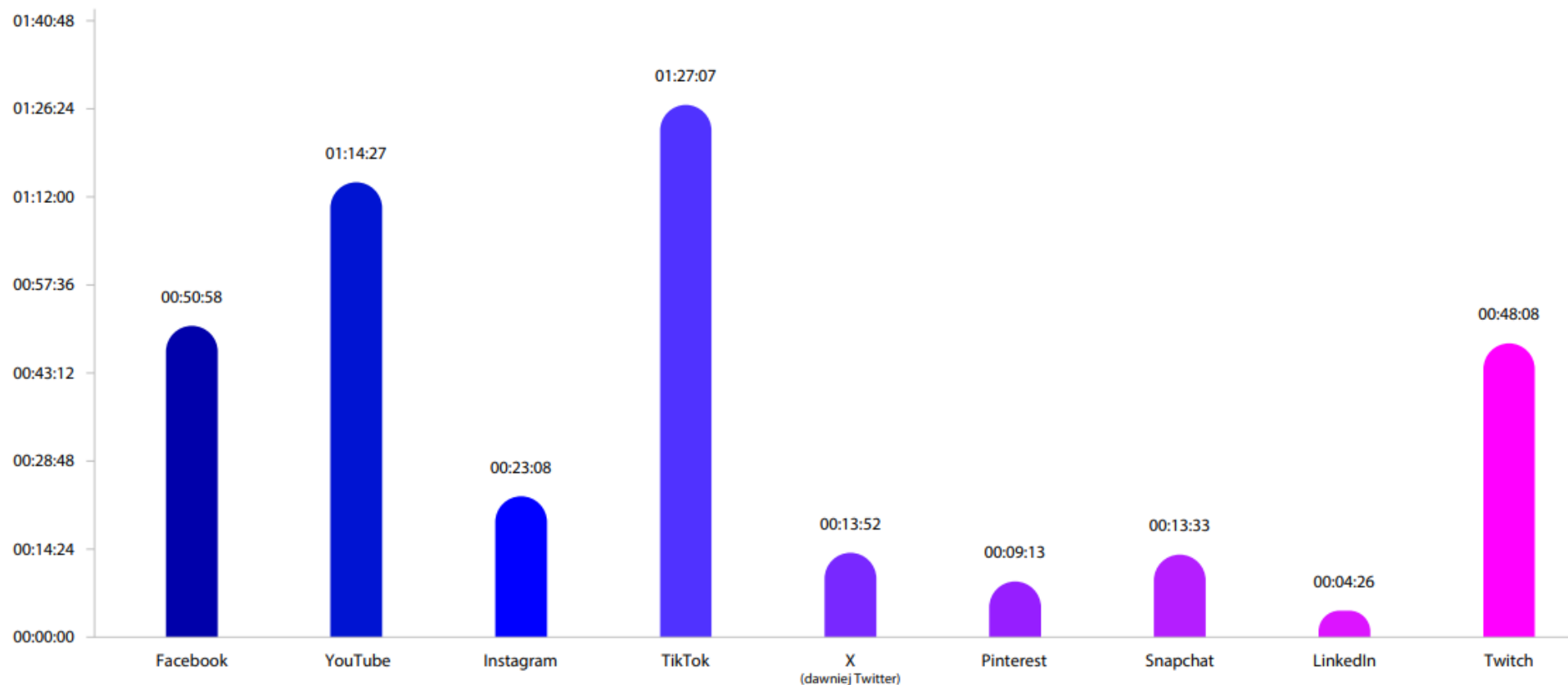


# Realni użytkownicy (*real users*) w Polsce



Źródło: Mediapanel, Średni miesięczny wskaźnik Real Users, okres: 2023 r., platformy: PC, Mobile, Dane dla WWW+APP

# Średni dzienny czas korzystania (ATS) w Polsce



Źródło: Mediapanel, Średni dzienny wskaźnik ATS, okres: 2023 r., platformy: PC, Mobile, Dane dla WWW+APP

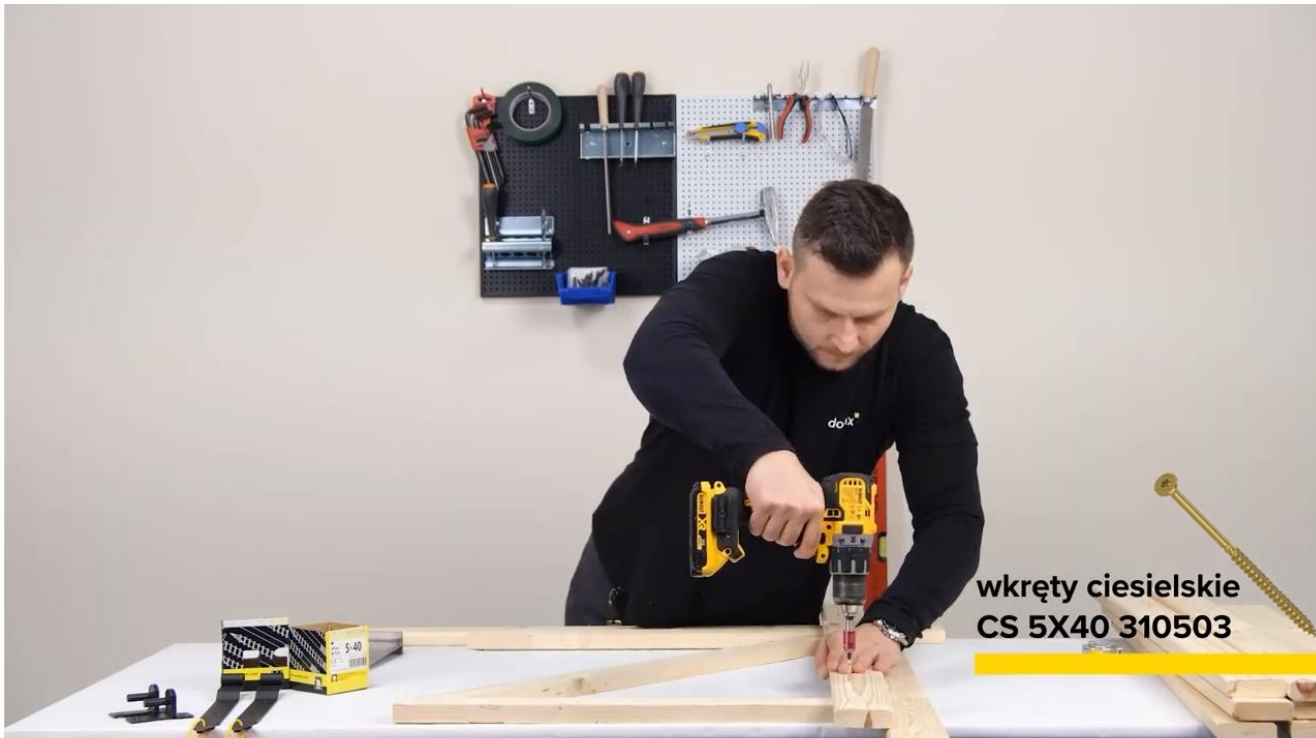
# Content marketing

**Content marketing** - to wszystkie działania opierające się na wykorzystaniu wartościowych treści w celu przyciągnięcia uwagi wybranej grupy klientów oraz budowania ich lojalności i zaangażowania.



# Content marketing i video marketing

**Video marketing** często przeplata się z marketingiem treści, różniąc się wykorzystaniem materiałów filmowych zamiast tekstowych.



Drewniana furtka - jak to zrobić? Zawiasy i zamknięcia DMX



Domax

1,02 tys. subskrybentów

Subskrybuj

👍 23



➦ Udostępnij

↓ Pobierz

✂ Klip

⋮ Zapisz



4,9 tys. wyświetleń 1 rok temu

# Influencer

**Influencer** - osoba, która jest liderem opinii w mediach społecznościowych. Osoba ta kreatywnie działa w sieci, prowadząc bloga, nagrywając filmy, czy robiąc zdjęcia.

Do grona influencerów zalicza się m.in. sportowców, aktorów, piosenkarzy lub modelki, a także inne osoby udzielające się w internecie, działające na stronach i platformach społecznościowych - takich, jak: Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, Twitter, LinkedIn, Pinterest czy Snapchat.

Dzięki swojej popularności influencer **posiada wpływ na opinię publiczną**, co najmniej w zakresie swoich obserwujących.

Influencerzy **umożliwiają** firmom **komunikację z konkretnym konsumentem** zamiast z wielkim targetem; jako przedstawiciele i idole części danej społeczności mogą do niej wprowadzić marki.

# Podział influencerów za względu na zasięgi

1. Topowi influencerzy (liczba ich odbiorców przekracza 500 tys.);
2. Makroinfluencerzy (z liczbą odbiorców 100-500 tys.);
3. Średniej wielkości influencerzy (od 20 tys. do 100 tys. odbiorców);
4. Mikroinfluencerzy (liczba odbiorców nie przekracza 20 tys.);
5. Nanoinfluencerzy (1-10 tys. obserwujących).

Źródło: Fabijańczyk, Cupriak, 2016.



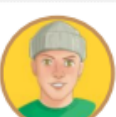
YouTube

| # | @nazwa_uzytkownika                                                                                        | liczba obserwujących |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| 1 |  Blówek                | 4 910 000            |
| 2 |  Karol Friz Wiśniewski | 4 810 000            |
| 3 |  reZigiusz             | 4 550 000            |

## Bio

Znany gameplayer. Streamował m.in. grę w Minecraft. Kanał na Youtube założył w 2012 roku, będąc jeszcze w gimnazjum. Obecnie rozwinął swój kanał i opowiada o nowinkach technologicznych i aplikacjach na smartfony. Na jego kanale pojawia się m.in. aktor Cezary Pazura, który sam zaczął nagrywać na Youtube dzięki Blówkowi.

W 2014 Karola Gązwę uwzględniono w zestawieniach 20 najbardziej wpływowych nastolatków w Polsce: sporządzonym w grudniu przez „Gazetę Wyborczą” i w październiku przez „Newsweeka”

|    |                                                                                     |                  |                            |                            |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1  |     | RL9              | Popularność<br>135 270 973 | Liczba fanów<br>70 235 840 |
| 2  |    | Wersow           | Popularność<br>54 109 341  | Liczba fanów<br>9 771 959  |
| 3  |    | Hi_Hania         | Popularność<br>34 879 317  | Liczba fanów<br>3 803 394  |
| 4  |    | MiliOnerka       | Popularność<br>33 149 693  | Liczba fanów<br>2 562 130  |
| 5  |    | Friz             | Popularność<br>29 630 081  | Liczba fanów<br>13 458 534 |
| 6  |    | Olga Grzebielec  | Popularność<br>27 135 178  | Liczba fanów<br>1 054 376  |
| 7  |    | TechnoStrefa     | Popularność<br>25 296 783  | Liczba fanów<br>1 938 930  |
| 8  |  | Świeży Bartek    | Popularność<br>23 066 680  | Liczba fanów<br>2 061 538  |
| 9  |  | Książulo         | Popularność<br>22 503 594  | Liczba fanów<br>2 465 656  |
| 10 |  | Anna Lewandowska | Popularność<br>22 119 703  | Liczba fanów<br>9 616 734  |

# Ranking influencerów 2023

Źródło: influtool.com,  
Ranking influencerów 2023

**liczba obserwujących**, **popularność** (mierzona ważoną średnią liczby polubień, udostępnień i komentarzy), **zaangażowanie** (średnia wartość interakcji z postami twórcy), **ilość odwiedzin bloga**.

# Nowa marka napojów izotonicznych *OSHEE*

Założenie firmy (2008): OSHEE zostało założone przez Dariusza Gałęzewskiego i Dominika Dolińskiego, którzy dostrzegli rosnące zapotrzebowanie na napoje izotoniczne w Polsce.



18  
CD PROJEKT, THE WITCHER® SA ZAREJESTROWANYMI ZNAKAMI TOWAROWYMI GRUPY KAPITAŁOWEJ  
CD PROJEKT i CD PROJEKT S.A. WISZELKIE PRAWA ZASTRZEŻONE.



# Influencer marketing a rekomendacje UOKiK



## Sprawdzam

- ✓ Wykorzystanie funkcjonalności platformy
- ✓ Oznaczenie komercyjnego charakteru treści
- ✓ Wskazanie promowanej marki
- ✓ Czytelne i zrozumiałe dla odbiorców

Influencerka użyła funkcjonalności oferowanej przez platformę, dzięki czemu napis „Post sponsorowany” pojawił się pod nazwą jej konta. Jednak ze względu na naturalne, białe tło, oznaczenie stało się mało czytelne. Dlatego influencerka użyła dwupoziomowego oznaczenia i niezależnie wstawiła określenie „Reklama” również na samym materiale. W relacji oznaczyła reklamodawcę.



## Sprawdzam

- ✓ Wykorzystanie funkcjonalności platformy
- ✓ Oznaczenie komercyjnego charakteru treści
- ✓ Wskazanie promowanej marki
- ✓ Czytelne i zrozumiałe dla odbiorców

Influencerka użyła funkcjonalności oferowanej przez platformę, dzięki czemu napis „Post sponsorowany” pojawił się pod nazwą jej konta. Jednak ze względu na naturalne, białe tło, napis stał się mało czytelny. Dlatego użyła dwupoziomowego oznaczenia i we własnym zakresie zamieściła informację o charakterze współpracy również na samym materiale – posłużyła się jasnym sformułowaniem „Reklama marki XYZ”.

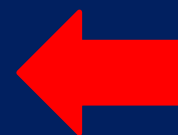
**Instagram oraz wszelkie inne platformy umożliwiające publikowanie zdjęć lub relacji**

**REKOMENDOWANE OZNACZENIA  
INSTAGRAM STORIES**

# Promocja produktów SFD



- Innowacje produktowe - bonus pierwszeństwa
- Największy sklep branżowy w Polsce
- Sieć 450 influencerów o łącznym zasięgu 18 mln obserwujących
- Akcje in/out w znanych sieciach sprzedaży
- Wspólne akcje z siecią Decathlon
- Współpraca z PZKFITS
- Wysokie pozycje na kluczowe frazy w Google
- Własne media społecznościowe o łącznym zasięgu 1,5 mln
- Google Ads
- Reklamy Facebook
- Sieć sklepów własnych



**ALLNUTRITION®**  
DESIGNED FOR MOTIVATION

# SFD - forum

TNIEMY CENY NA MAX! RABATY DO -80%! SPRAWDŹ

SFD FORUM

Szukaj...



Zapytaj eksperta

Rankingi

Baza wiedzy

Forum

Sklep



| Temat                                                | Autor       | Odpow. | Wyśw.   | Głosów | Ostatni      |
|------------------------------------------------------|-------------|--------|---------|--------|--------------|
| [art] PIERWSZA REDUKCJA - PRZYGOTOWANIE DO DIETY.    | Koniu151    | 265    | 560639  | 155    | 30 I 08:31   |
| Aktualne spalacze i wybór z oferty rynkowej.         | Bull        | 1089   | 417293  | 141    | 11 VI 13:10  |
| ZRZUT DIETY- JAK ZROBIĆ? ANKIETA i REGULAMIN DZIAŁU. | Koniu151    | 3      | 122624  | 5      | 13 X 09:07   |
| Zapotrzebowanie kaloryczne - jak je wyliczyć         | ellis       | 1      | 1200263 | 36     | 20 IV 08:30  |
| Zbiór linków działu Odżywianie                       | Anonim      | 5      | 588993  | 17     | 18 IV 12:10  |
| Potrzebujesz Diety?Masz Pytania?ZAJRZYJ              | góra-forte  | 5      | 491915  | 14     | 28 I 16:52   |
| Redukcja tkanki tłuszczowej - porady                 | zagur32     | 198    | 27096   | 91     | 6 min. temu  |
| Carbo - warto stosować?                              | wojtkpl123  | 19     | 756     | 10     | 6 IV 10:26   |
| Dieta na masę do oceny [75kg]                        | rafal_5     | 6      | 556     | 4      | 31 III 19:01 |
| Głodówka na masie                                    | sdaawid     | 5      | 81      | 4      | 6 IV 20:33   |
| Wybór celu treningowego                              | SebastianoV | 7      | 668     | 2      | 17 III 18:58 |
| Dieta - pytania i wątpliwości                        | ksxxworkout | 24     | 2443    | 0      | 5 IV 11:32   |
| Ocena sylwetki                                       | lejekun     | 7      | 343     | 0      | 1 IV 07:41   |
| Dieta ADMF - porady                                  | qwer106     | 22     | 1353    | 1      | 31 III 08:05 |
| Redukcja - ostatni etap                              | marcinpiotr | 3      | 213     | 0      | 31 III 07:52 |
| Lipomastia - porady                                  | Yekindar    | 5      | 234     | 0      | 31 III 06:52 |

+ Nowy temat

Tematów: 128488

## Odżywianie i Odchudzanie

Co i ile jeść, aby zdrowo wyglądać

Tematów: 127358  
Postów: 1370636

## Odżywki i Suplementy

Pytania, cykle i porady

Tematów: 141149  
Postów: 1784387

## Trening dla początkujących

Odpowiedzi na pytania, artykuły i blogi treningowe dla osób mniej doświadczonych

Tematów: 105754  
Postów: 1455324

## Trening dla zaawansowanych

Dział dla osób z aktualnym, ciągłym 2 letnim stażem

Tematów: 61927  
Postów: 732190

# SFD - promocja

PoTreningu  
POWERED BY SFD

PLANY  
Dieta i trening

BAZA WIEDZY  
Artykuły i kalkulatory

SKLEP  
Suplementy i żywność

## NAJLEPSZE PLANY DIETETYCZNE I TRENINGOWE

Już od **29,99** zł/mies.

OPIEKA DIETETYKA I TRENING W CENIE  
Zacznij swoją metamorfozę →

Dowiedz się więcej ↓

Grzegorz Głotek: ...  
Grzegorz – zmienia swoje życie i zrzucił 50 kg

Przemiana życia ...  
Małgorzata – od mamy do Mistrzyni Bikini Fitness

- [www.sfd.pl](http://www.sfd.pl)
- [www.potreningu.pl](http://www.potreningu.pl)
- [www.kulturystyka.pl](http://www.kulturystyka.pl)
- [www.allnutrition.cz](http://www.allnutrition.cz)
- [www.allnutrition.sk](http://www.allnutrition.sk)
- [www.allnutrition.hu](http://www.allnutrition.hu)
- [www.allnutrition.ro](http://www.allnutrition.ro)
- [www.allnutrition.com](http://www.allnutrition.com)
- [www.allnutrition.ua](http://www.allnutrition.ua)
- [www.allnutrition.pl](http://www.allnutrition.pl)
- [www.fitwomen.pl](http://www.fitwomen.pl)
- [www.nutlove.pl](http://www.nutlove.pl)
- [www.alldeynn.pl](http://www.alldeynn.pl)
- [www.fight24.pl](http://www.fight24.pl)
- [www.fit-king.pl](http://www.fit-king.pl)

**FIGHT24**

MMA POLSKIE MMA K-1 MULTIMEDIA ROZPISKI WYWIADY FORUM MMA SKLEP Z ODŻYWKAMI

Z ostatniej chwili

UFC 313 fight card - Pereira vs. Ankalaev

UFC on ESPN 41: Vera vs. Cruz - bonusy i konferencja

UFC on ESPN 41: Vera vs. Cruz - w...

Główne tematy

Polskie MMA

K-1

UFC 313

UFC 313 fight card - Pereira vs. Ankalaev

broda, 5 marca, 2025 / gokuson

KSW 70: Ricardo Prasel vs Daniel Omelanczuk - Trailer

PRASEL vs OMELANCZUK

GLORY Collision 4

Alaitair Overeem i Badr Hari staną w brawie przed trybuną w GLORY Collision 4

worek, 28 czerwca, 2022 / Yaghi

FIGHT24

Joanna Jedrejczyk przynajmniej...  
kontrakt z UFC może być jej ostatnim

poniedziałek, 23 maja, 2022 / Yaghi

FIGHT24

Alkaitair Overeem wyjaśnia decyzję...  
przebiegu do pro wrestlingu tego sportu

poniedziałek, 27 czerwca, 2022 / Yaghi

FitWomen

SKLEP MARKA PRZEPISY BLOG KONTAKT

POMOC ONLINE

49% rabatu na produkty z kategorii zdrowie i uroda

KOD: BEAUTY

46% rabatu na resztę asortymentu

Wybierz swój cel:

ODCHUDZANIE BUDOWANIE MASY ZŁOŻENIE I REGENERACJA ZWIĘKSZENIE ODŻYWIENIA WYKŁADANIE

Bestsellery

ALDRENN / KOLAGEN COLLAGENE FISH - 300G 229,99 zł

ALDRENN / GORO PRILONE IN JELLY CHERRY - 1000G 59,99 zł

ALDRENN / BAKED WHEY PROTEIN + PREZENT - 900G 139,99 zł

ALDRENN / KOLAGEN COLLAGENE - 300G 214,99 zł

# SFD - social media

## Koncentracja na marketingu influencerskim

Spółka rozwija współpracę z najbardziej rozpoznawalnymi influencerami - Deynn, Daniel Majewski, Michał Karmowski czy Małgorzata Rozenek są częścią tej grupy.

## Ekosystem komunikacyjny

Serwisy należące do spółki takie jak SFD.PL czy Potreningu.pl oraz strony marek należących do spółki tworzą synergiczny ekosystem komunikacyjny umożliwiający przekazywanie treści reklamowych konsumentom

## ROPO & Omnichannel

Wysoki poziom aktywności i rozpoznawalności w internecie przekłada się bezpośrednio na produktywność naszej oferty w kanałach off-line, zarówno we własnych sklepach jak również w sieciach handlu nowoczesnego

|           | SFD      | N        | ALLDEYNN |
|-----------|----------|----------|----------|
| Instagram | 187 tys. | 125 tys. | 75 tys.  |
| Facebook  | 262 tys. | 89 tys.  | 488      |
| TikTok    | 154 tys. | 10 tys.  | X        |
| YouTube   | 232 tys. | 16 tys.  | X        |



### Deynn

We współpracy z Deynn, stworzyliśmy markę ALLDEYNN, serię nutrikosmetyków i suplementów dla kobiet



### KIZO

Nasz pierwszy produkt we współpracy z KIZO, batonik KIZZERS stał się bestsellerem w 1 poł 2022r. W sierpniu wprowadziliśmy Smaczną Kawusę Karmelową oraz drugi smak popularnego batonika.



### Daniel Majewski i Michał Karmowski

Wspólnie z Danielem i Michałem popularyzujemy aktywny tryb życia skoncentrowany wokół ćwiczeń siłowych



### Małgorzata Rozenek

Wspólnie promujemy produkty z kategorii 'better for you'

# SFD - promocja

-10% NA NIEPRZECENIONE PRODUKTY

KOD: TOPROMO

NAJLEPSZY SKŁEP INTERNETOWY W RANKINGU OPINEO\*

30 DNI NA ZWROT

99% OSÓB POLEGA NASZ SKŁEP

MOJE ULUBIONE

MOJE KONTO

0.00 PLN

KATEGORIE

MARKI

Szukaj...

Dla zdrowia i odporności!

ZOBACZ



BESTSELLERY

WSZYSTKIE

ZDROWIE

BIAŁKO

SKÓRA, WŁOSY I PAZNOKCIE

GOTOWANIE I DIETA

ODCHUDZANIE

KREATYNA



ALLDEYNN / KOLAGEN  
COLLAROSE FISH - 300G

★★★★★ 546

139,99 zł



ALLDEYNN / KOLAGEN  
COLLAROSE - 300G

★★★★★ 541

129,99 zł



ALLNUTRITION / BIAŁKO  
WHEY PROTEIN - 908G

★★★★★ 2090

89,89 zł



ALLNUTRITION / BIAŁKO  
ISOLATE PROTEIN - 908G

★★★★★ 662

134,99 zł



NAJLEPSZY SKŁEP  
w rankingu Opineo.pl



SUPER PROMOCJE  
dla subskrybentów



EKO DOSTAWA  
biodegradowalne materiały



ALLNUTRITION  
marka roku (2024)

Platforma sprzedaży Spółki przez Internet, znajdująca się pod adresem [www.sfd.pl/sklep](http://www.sfd.pl/sklep) jest **odwiedzana ponad 8 000 000 razy miesięcznie** przez blisko **750 000 unikalnych użytkowników**.

# Marketing czasu rzeczywistego

## /RTM – Real Time Marketing/

Marketing czasu rzeczywistego /RTM - Real Time Marketing/ - strategia i praktyka natychmiastowego reagowania w kanałach cyfrowych na zewnętrzne wydarzenia i bodźce.

Marketing czasu rzeczywistego – to całkowicie spontaniczne, niezaplanowane działanie marketingowe, będące odpowiedzią na jakieś popularne aktualnie zdarzenie mediowe.

Źródło: Szymańska, *Wykorzystanie Real Time Marketingu jako narzędzia budowania wizerunku firmy w social mediach*, 2015.



# Marketing wirusowy

**Marketing wirusowy** (ang. *viral marketing*) to strategia marketingowa, która polega na tworzeniu treści lub kampanii tak atrakcyjnych, że **odbiorcy sami chętnie dzielą się nimi z innymi**, prowadząc do ich szybkiego i szerokiego rozpowszechnienia – podobnie jak wirus.

Cechy marketingu wirusowego:

**Szybka ekspansja** – treść rozprzestrzenia się organicznie, często poprzez media społecznościowe, e-maile czy komunikatory.

**Niski koszt** – nie wymaga dużych nakładów na reklamę, ponieważ użytkownicy sami udostępniają content.

**Duże zaangażowanie** – musi wzbudzać emocje (śmiech, zaskoczenie, wzruszenie) lub oferować wartość (np. konkurs, darmowy ebook).

**Autentyczność** – ludzie chętniej dzielą się treściami, które wydają się naturalne, a nie nachalnie reklamowe.

124 mln wyświetleń



# Kanał ZERO - YouTube



## Kanał Zero •

@KanalZeroPL • 1,77 mln subskrybentów • 4 tys. filmów

Pierwszy taki projekt na YouTube! ...więcej

[youtube.com/channel/UCNbQpy2Eqkik0AUdyrr35vA](https://youtube.com/channel/UCNbQpy2Eqkik0AUdyrr35vA) i jeszcze 5 linków

Subskrybuj

Wesprzyj

Główna Video Shorts Na żywo Podcasty Playlists Posty 🔍

Najnowsze

Popularne

Najstarsze



DZIENNIKARSKIE ZERO #1: CAŁA PRAWDA O DERPIENSKI

4,1 mln wyświetleń • 1 rok temu



STANOWSKI OŚMIESZYŁ STONOGĘ, DZIENNIKARZY I POLITYKÓW. KULISY.

3,2 mln wyświetleń • 9 miesięcy temu



DZIENNIKARSKIE ZERO: SZALONY REPORTER (PRZESTĘPSTWA, OSZUSTWA,...)

3 mln wyświetleń • 9 miesięcy temu



GODZINA ZERO #2: ANDRZEJ DUDA WYWIAD - STANOWSKI I MAZUREK

3 mln wyświetleń • 1 rok temu

Kanał Zero

### Opis

Pierwszy taki projekt na YouTube!

Współpraca reklamowa: [biznes@kanalzero.pl](mailto:biznes@kanalzero.pl)

Zamów Magazyn Zero: <https://magazyn.zero.pl/>

Głównym Partnerem Kanału Zero jest SFD

### Linki

Kanał Zero Extra  
[youtube.com/channel/UCNbQpy2Eqkik0AUdyrr35vA](https://youtube.com/channel/UCNbQpy2Eqkik0AUdyrr35vA)

Magazyn Zero  
[magazyn.zero.pl](https://magazyn.zero.pl)

Instagram  
[instagram.com/oficjalnezzero](https://instagram.com/oficjalnezzero)

Facebook  
[facebook.com/oficjalnezzero](https://facebook.com/oficjalnezzero)

TikTok  
[tiktok.com/@oficjalnezzero](https://tiktok.com/@oficjalnezzero)

GRUPA FB  
[facebook.com/groups/sekcjazer0/?ref=share\\_group\\_link](https://facebook.com/groups/sekcjazer0/?ref=share_group_link)

Najwięcej na YouTube zarobił film o Caroline Derpienski, opublikowany w lutym – prawie 138 tys. zł [34,5 zł / per 1000]. Druga część (dogrywka) przyniosła prawie 94 tys. zł.

# Kanał ZERO - YouTube



GODZINA ZERO #86: KRZYSZTOF STANOWSKI I SŁAWOMIR MENTZEN - ...

3,4 mln wyświetleń  
• Transmisja odbyła się 1 miesiąc temu



STANOWSKI, BRAUN, SENYSZYN, JAKUBIAK I WOCH IMPREZUJĄ PO DEBACIE W REPIE

2,9 mln wyświetleń  
• Transmisja odbyła się 4 tygodnie temu



GODZINA ZERO #89: KRZYSZTOF STANOWSKI I GRZEGORZ BRAUN - ...

2,7 mln wyświetleń  
• Transmisja odbyła się 1 miesiąc temu



ZANDBERG WYGRAŁ. JAK TRZASKOWSKI I NAWROCKI? STANOWSKI, MAZUREK,...

2,7 mln wyświetleń  
• Transmisja odbyła się 1 dzień temu



STANOWSKI W KOŃSKICH. DEBATY TVP I REPUBLIKI. DO NAWROCKIEGO I...

2,5 mln wyświetleń  
• Transmisja odbyła się 1 miesiąc temu



GODZINA ZERO #92: KRZYSZTOF STANOWSKI I KAROL NAWROCKI - ...

2,2 mln wyświetleń  
• Transmisja odbyła się 3 tygodnie temu



GODZINA ZERO #102: KRZYSZTOF STANOWSKI I RAFAŁ TRZASKOWSKI - ...

2,1 mln wyświetleń  
• Transmisja odbyła się 5 dni temu



GODZINA ZERO #98: KRZYSZTOF STANOWSKI I MACIEJ MACIAK - ROZMOW...

1,8 mln wyświetleń  
• Transmisja odbyła się 13 dni temu



GODZINA ZERO #101: KRZYSZTOF STANOWSKI I SZYMON HOŁOWNIA - ...

1,5 mln wyświetleń  
• Transmisja odbyła się 6 dni temu



GODZINA ZERO #88: KRZYSZTOF STANOWSKI I ADRIAN ZANDBERG - ...

1,1 mln wyświetleń  
• Transmisja odbyła się 1 miesiąc temu



GODZINA ZERO #87: KRZYSZTOF STANOWSKI I ARTUR BARTOSZEWICZ - ...

1,1 mln wyświetleń  
• Transmisja odbyła się 1 miesiąc temu



GODZINA ZERO #95: KRZYSZTOF STANOWSKI I MAREK JAKUBIAK - ...

933 tys. wyświetleń  
• Transmisja odbyła się 2 tygodnie temu

# Kanał ZERO - wyniki finansowe 2024

Kanał Zero w 2024 roku miał **26,75 mln zł całkowitych przychodów**.

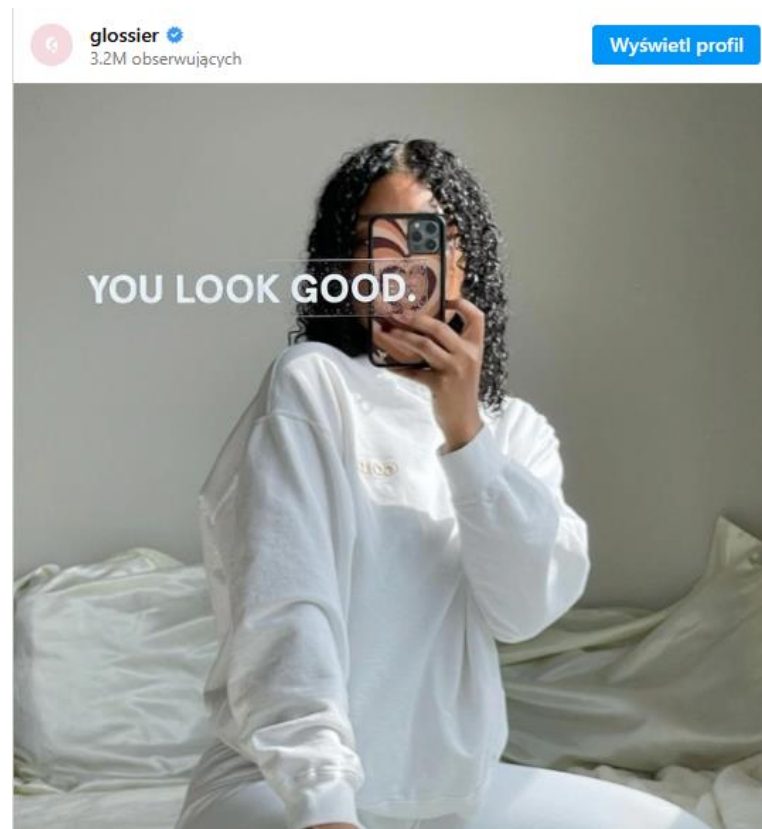
W lutym 2024 r. Kanał Zero miał już dziewięciu sponsorów, a w grudniu – 18. Łączne **przychody sponsorskie wyniosły 20,35 mln zł**. Najwięcej Kanał Zero dostał od sponsorów we wrześniu (ponad 2,8 mln zł).

Wpływy **z reklam** wyświetlanych przez YouTube przy materiałach Kanału Zero wyniosły prawie **6,4 mln zł**. Największe przychody z tego tytułu były w lutym (ok. 770 tys. zł), a najmniejsze w lipcu – (ponad 400 tys. zł).

Stanowski w nagraniu tłumaczy, że uniknął większych wydatków ze swoich pieniędzy dzięki sponsorom, którzy zgodzili się wypłacić łącznie ponad 3 mln zł z góry na start kanału. Firma RocetJobs.pl wpłaciła **1,66 mln zł**, a dwaj inni sponsorzy, których nazw Stanowski nie wymienił – 1,72 mln zł. Głównym sponsorem był Rocketjobs.pl, wśród partnerów strategicznych są m.in. **SFD**, XTB, STSA, KFC, X-com. Wśród pozostałych m.in. **Aflofarm**.

W 2024 r. materiały Kanału Zero zostały **wyświetlone 430 mln razy**.

# Emily Weiss



Net Worth: Estimated **\$100 million** (as of 2022)

Źródło: <https://intothegloss.com/>

# Glossier - marka zbudowana przez społeczność

Marka kosmetyczna założona przez blogerkę Emily Weiss (Into The Gloss).

Start w 2014 roku jako start-up D2C (*direct-to-consumer*).

Działania promocyjne:

- Silne **oparcie o społeczność** i UGC (*user-generated content*).
- **Zachęcanie klientek do publikowania zdjęć z produktami – repostowanie ich przez markę.**
- Wykorzystanie **mikroinfluencerów** – autentyczność ponad zasięgi.
- Program ambasadorski z kodami rabatowymi.

Dane:

- Ponad 80% sprzedaży pochodziło z kanałów organicznych i rekomendacji.
- W 2020 roku Glossier osiągnął wycenę: 1,2 mld USD.
- Na Instagramie marka osiągnęła ponad **2 mln obserwujących** w kilka lat.

Wnioski:

- Społeczność może być największym ambasadorem marki.
- Autentyczność i dialog z odbiorcą wygrywają z tradycyjną reklamą.

# Into the Gloss - blog

Interviews Makeup Skincare Hair

INTOTHEGLOSS



Karah Katenkamp's  
Cheat Code For A  
Natural Tan



Inside A Dermatologist's Beauty  
Routine

With Dr. Shereene Idriss

READ MORE

KEEP IN TOUCH



The Latest

ITG



DON'T MISS | Most Popular



THE EXTRAS  
How To Be A Person Who Has  
Their Life Together



OPEN THREAD  
What's Everyone Reading?



THE REVIEW  
For Every Top Shelf, There's a  
Bottom Shelf



GUIDE  
How Not To Mess Up Your At-  
Home Hair Color

Miniwywiady na temat kosmetyków, produktów do makijażu i pielęgnacji ze stylistkami, modelkami, makijażystami etc.

Źródło:  
<https://intothegloss.com/>

Na początku 2012 roku strona miała ponad **200 000 unikalnych użytkowników** miesięcznie. Do maja 2016 roku **liczba odwiedzających** wyniosła **1,3 miliona**. Po osiągnięciu przez Weiss **10 milionów odsłon miesięcznie** oraz nawiązaniu współpracy z partnerami korporacyjnymi i zatrudnieniu niewielkiego zespołu, zrezygnowała z pracy w Vogue, aby skupić się na własnym biznesie.

# Glossier - kosmetyki



shopaholicdolls

[new](#) [categories](#) [bestsellers](#) [brands](#) [sale](#)

[strona główna](#) / [makeup](#) / [glossier cloud paint blush](#) – kultowy róż w kremie – nowy odcień!



## Glossier Cloud Paint Blush - kultowy róż w kremie - NOWY ODCIEN!

puff



[Wyczyść](#)

199,00 zł

-

1

+

+ dodaj do koszyka

Darmowe produkty do zamówień:

3000+



2000+



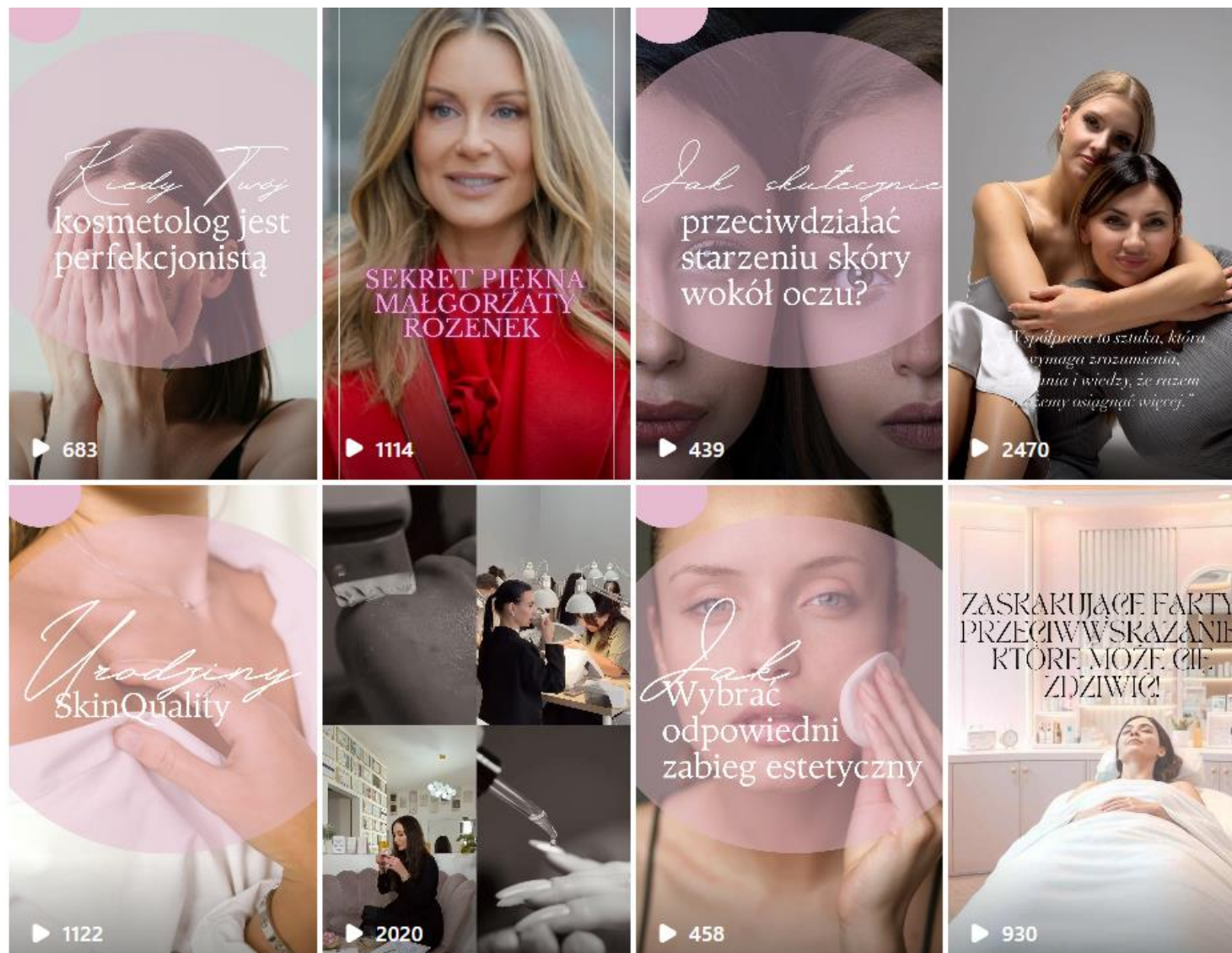
1000+



500+



# Skin Quality Clinic - rolki na Instagramie

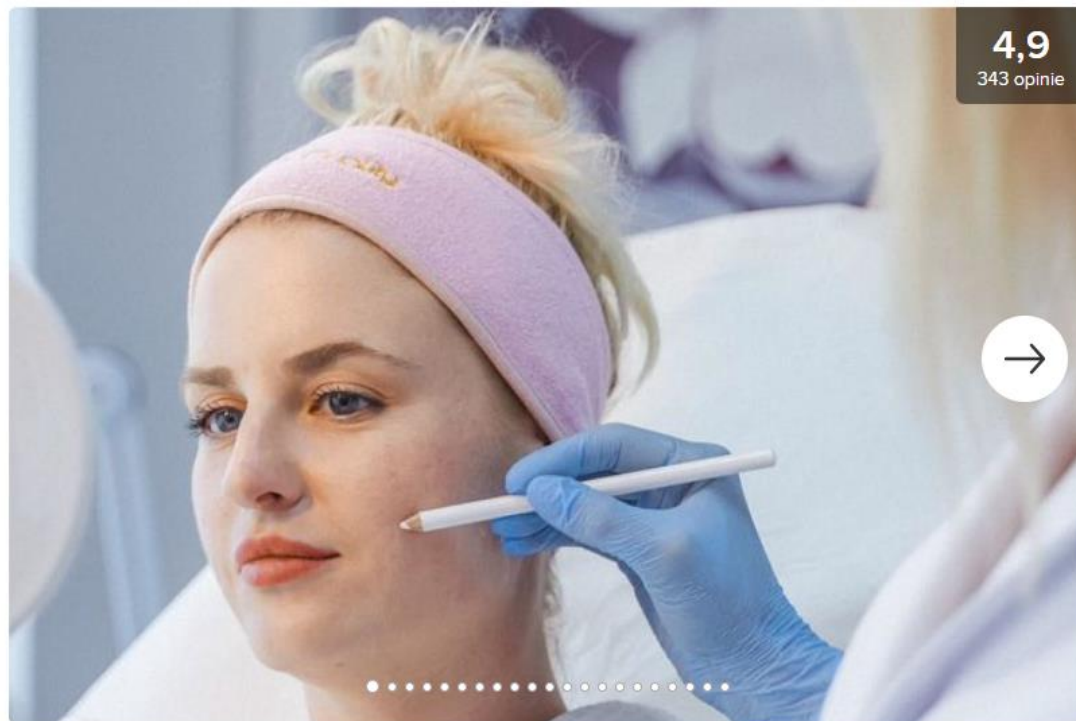


# Skin Quality Clinic - rezerwacje na booksy



 [Zaloguj się / Załóż konto](#)  PL 

[Fryzjer](#) [Barber shop](#) [Salon Kosmetyczny](#) [Paznokcie](#) [Brwi i rzęsy](#) [Masaż](#) [Zwierzaki](#) [Fizjoterapia](#) [Więcej...](#)

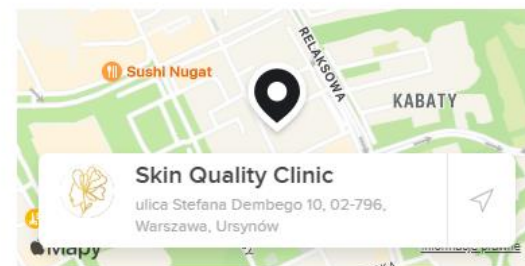


## Skin Quality Clinic

ulica Stefana Dembego 10, 02-796, Warszawa, Ursynów

Promowany ⓘ | Przedsiębiorca

## Usługi



### O NAS

Skin Quality to wyjątkowe miejsce na mapie urodowej Warszawy.

Stworzone z pasji i zamiłowania do kosmetologii estetycznej.

Chcemy podkreślać piękno kobiet i rozwiązywać problemy...

ROZWIŃ ▾

### PRACOWNICY



Natalia



Martyna



Maria



### GODZINY OTWARCIA

Dzisiaj

Zamknięte

[Pokaż cały tydzień](#) ▾

# Reklama

Zgodnie z definicją American Marketing Association **reklamą jest każda płatna forma nieosobistej prezentacji i promocji idei, dobra lub usługi przez określonego nadawcę.**

Kotler (1999) pisze, że reklama to: „**najpotężniejsze z narzędzi tworzących i pielęgnujących konsumencką świadomość firmy, produktu, usługi lub idei.** Trudno przebić reklamę w skuteczności, zwłaszcza biorąc pod uwagę koszt w przeliczeniu na tysiąc odbiorców”.



# Funkcje reklamy

1. **informacyjna** - informuje o cechach, korzyściach oraz przeznaczeniu produktu;
2. **nakłaniająca** - dany produkt najskuteczniej zaspokaja potrzeby, najlepiej działa itp.;
3. **wyróżniająca** - dany towar jest wyróżniony spośród konkurencyjnych, identyfikowany z producentem;
4. **utrwalająca** - przypomina o produkcie, jego opinii.



# Ocena reklamy: Dove „Real Beauty”



„Komfort i pozytywne emocje” ze względu na przedstawienie kobiet o różnych sylwetkach i kolorach skóry;

„To pokazuje, że każda kobieta jest piękna na swój sposób” ;

„To kampania, która mówi, że piękno nie ma jednego standardu, a to bardzo ważne w dzisiejszych czasach”.

# Herbapol „*We współpracy z naturą*”



i porcja owocowego **syropu z witaminami.**

## HERBAPOL SYROPY 30s



Herbapol Lublin

780 subskrybentów



Wybierz swój **ulubiony smak**

# Opinie nabywców na temat syropów Herbapol

ROZCIĘTA RĘKA DZIĘKI SYROPOWI HERBAPOL :-/ Abstrahując od kiepskiego składu tych syropów, bo jaki koń jest, każdy widzi i łatwo ze składu wywnioskować, że maliny stanowią mniej niż 1% produktu, chciałabym pogratulować firmie "świetnych" nakrętek na butelkach - dzięki jednej z nich, mam rozciętą skórę nad mięśniem zginaczem dłoni - a nigdy nie mam problemu z rozpakowywaniem nakrętek.

Syrop zawiera około 1 promila soku. To jest oszustwo. Firma traci całkowicie moje zaufanie. 65% odnosi się nie do całej objętości, tylko 0,19 procenta. Za to zawartość cukru w cukrze bardzo wysoka. To najdroższy cukier na rynku.

Przecież ten sok to sam niezdrowy cukier z syntetycznie barwioną wodą. Spożywając to coś narażamy na szwank swoje zdrowie. Czasy, gdy marka Herbapol oznaczała zdrowie oraz wysoką jakość bezpowrotnie minęły. Fuf-tfu!

Cukier, woda, zagęszczony sok z malin (0,35%) o ekstrakcie ogólnym 65%, regulator kwasowości: kwas cytrynowy, koncentrat soku z czarnej marchwi, witamina C, witamina D, witamina B6, cynk, aromat; zawiera zagęszczony sok z aronii i/lub z czarnej porzeczki.

Wartość odżywcza w 100 ml:

Wartość energetyczna 1230 kJ/ 290 kcal, tłuszcz 0 g, w tym kwasy tłuszczowe nasycone 0 g, węglowodany 72 g, w tym cukry 72 g, białko 0 g, sól 0,01 g.



# Opinie nabywców na temat syropów Polska Róża



Syrop malinowy od Polskiej Róży zdobył serca wielu użytkowników dzięki doskonałemu smakowi i wysokiej zawartości soku z malin. Klienci cenią naturalność produktu, który przypomina domowe wyroby. Mimo że niektórzy wskazują na drobne problemy z dokręceniem butelek, ogólne wrażenia są bardzo pozytywne, a produkt uznawany jest za najlepszy w swojej kategorii na rynku.

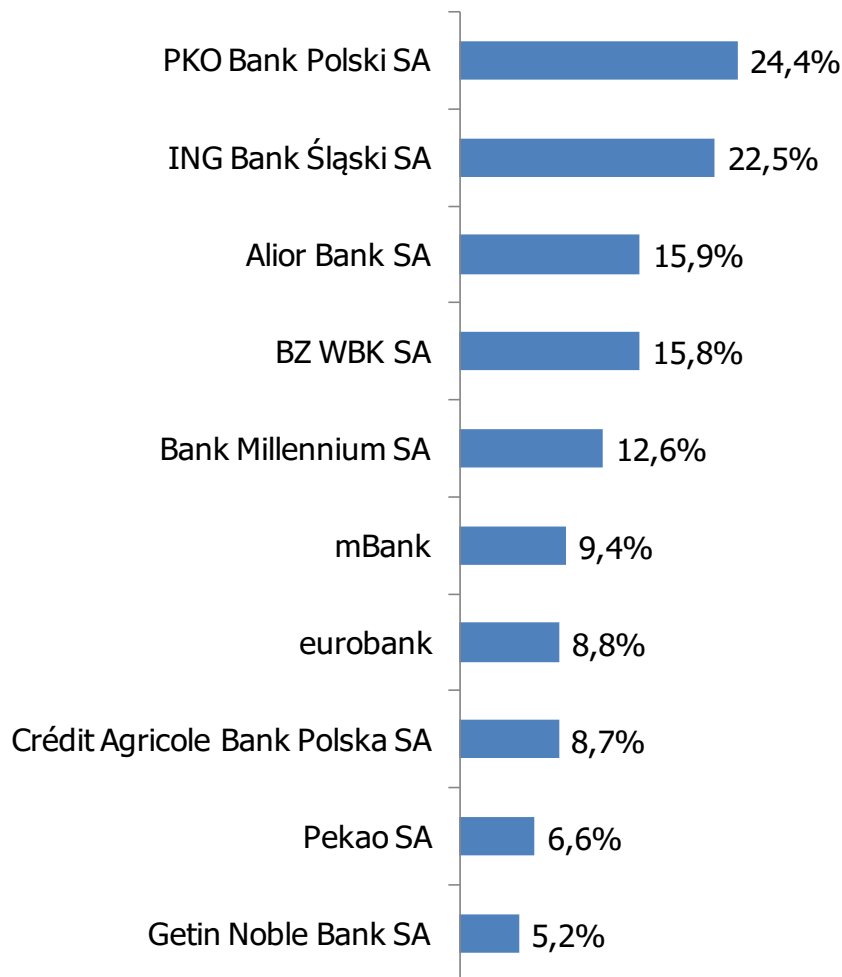
*Pyszny sok, przypomina smakiem wyroby domowe, nie trafiłam na lepszy, dobry skład*

*Najlepszy syrop malinowy na rynku. Konkurencja ze swoimi 0,5% zawartości soku z malin się nie umywa.*

*Z dostępnych soków malinowych ten moim zdaniem jest najlepszy (32% maliny)*

Skład: cukier, sok z malin (37 %), kwas cytrynowy (jako regulator kwasowości).

# Zauważone reklamy banków – MSP ogółem\* (rys.)



## Banki podstawowe MSP

| Bank                       | Ogółem MSP |
|----------------------------|------------|
| PKO Bank Polski SA         | 21,1%      |
| ING Bank Śląski SA         | 13,2%      |
| Pekao SA                   | 11,2%      |
| BZ WBK SA                  | 10,5%      |
| mBank SA                   | 9,1%       |
| Bank Millennium SA         | 7,5%       |
| Alior Bank SA              | 4,4%       |
| banki spółdzielcze         | 3,4%       |
| Bank BPH SA                | 3,1%       |
| Raiffeisen Bank Polska SA  | 3,0%       |
| BGŻ SA                     | 2,8%       |
| Crédit Agricole SA         | 2,6%       |
| BNP Paribas Bank Polska SA | 2,3%       |
| citibank handlowy          | 1,7%       |
| Idea Bank SA               | 1,1%       |

\* wśród przedsiębiorców, którzy zauważyli jakąkolwiek reklamę (63,8%)

# Najwięksi reklamodawcy w 2022 i 2023 r.

| Top 10 reklamodawców w mediach tradycyjnych<br>(cennikowo, bez autopromocji, rabatów, dane Kantar Media) |                          |                          |              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------|
| WIRTUALNEMEDIA.PL                                                                                        | I-VIII 2022              | I-VIII 2023              | zmiana proc. |
| AFLOFARM FARMACJA POLSKA                                                                                 | 1 557 083 375 zł         | 1 664 898 888 zł         | 6,9          |
| TERG                                                                                                     | 714 878 317 zł           | 763 345 609 zł           | 6,8          |
| NATUR PRODUKT ZDROVIT                                                                                    | 499 946 476 zł           | 525 676 682 zł           | 5,1          |
| LIDL                                                                                                     | 448 304 625 zł           | 461 839 059 zł           | 3            |
| EURO-NET WARSZAWA                                                                                        | 414 463 887 zł           | 408 767 994 zł           | -1,4         |
| JERONIMO MARTINS POLSKA                                                                                  | 300 408 442 zł           | 377 328 060 zł           | 25,6         |
| USP ZDROWIE                                                                                              | 289 831 822 zł           | 364 724 822 zł           | 25,8         |
| FERRERO POLSKA                                                                                           | 322 380 258 zł           | 307 555 886 zł           | -4,6         |
| VOLKSWAGEN GROUP POLSKA                                                                                  | 129 565 773 zł           | 259 681 012 zł           | 100,4        |
| MC DONALD'S POLSKA                                                                                       | 175 532 496 zł           | 252 798 985 zł           | 44           |
| <b>Razem</b>                                                                                             | <b>23 454 696 936 zł</b> | <b>26 049 444 260 zł</b> | <b>11,1</b>  |



Źródło:  
wirtualnemia.pl

# Reklamy leków



Reklama leku zgodnie z ustawą Prawo Farmaceutyczne, nie może wykorzystywać do prezentacji produktu leczniczego **wizerunku osób znanych publicznie, naukowców, osób posiadających wykształcenie medyczne lub farmaceutyczne albo sugerujących posiadanie takiego wykształcenia.**



Artykuł 63 Kodeksu Etyki Lekarskiej – lekarz nie powinien wyrażać zgody na używanie swojego nazwiska i wizerunku dla celów komercyjnych.

# Kara UOKiK za reklamę RenoPuren Zatoki



Reklamy suplementów diety RenoPuren Zatoki Hot i RenoPuren Zatoki Junior sugerowały, że te środki spożywcze posiadają właściwości lecznicze.

Tak uznał UOKiK po półtorarocznym dochodzeniu i nałożył na polską firmę Aflofarm karę w wysokości **26 mln zł**. Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów częściowo uchylił tę decyzję, zmniejszając karę do **12,9 mln zł**. Aflofarm był zobowiązany do emisji oświadczeń korekcyjnych na własny koszt w Polsacie, TVP1 i na YouTube.



# Zdjęcia wykorzystane w badaniach



Źródło: Kampania Calvin Klein Jeans promująca kolekcję wiosna 2015, data publikacji: styczeń 2015.



Źródło: Bing AI Image generator powered by DALL-E, stworzone na potrzeby badań własnych.

Źródło: Barczewska (2024).

# Kanały komunikacji i ich zalety



## TV

medium gwarantujące  
szybką budowę  
zasięgu w każdym  
segmencie grup  
docelowych.  
Medium działające na  
najwięcej zmysłów.  
W zależności od  
komunikacji ma duży  
wpływ na budowanie  
świadomości i  
wizerunku marki



## RADIO

medium wspierające  
telewizję, docierające  
do ludzi  
przebywających w  
ruchu  
kanał lokalnie  
wspierający wybrane  
regiony, zapewnia  
podtrzymanie  
kontaktu z reklamą w  
innych mediach



## ONLINE

kanał komunikacji o  
bardzo precyzyjnym  
targetowaniu, dający  
możliwość  
zaangażowania  
potencjalnych  
konsumentów;  
dobrze dopasowany do  
młodszej części  
segmentu grupy  
docelowej  
daje możliwość budowy  
szerokiego zasięgu, ale  
także dotarcia do  
konkretnych odbiorców  
Mobile bardzo istotnym  
kanałem komunikacji z  
grupą

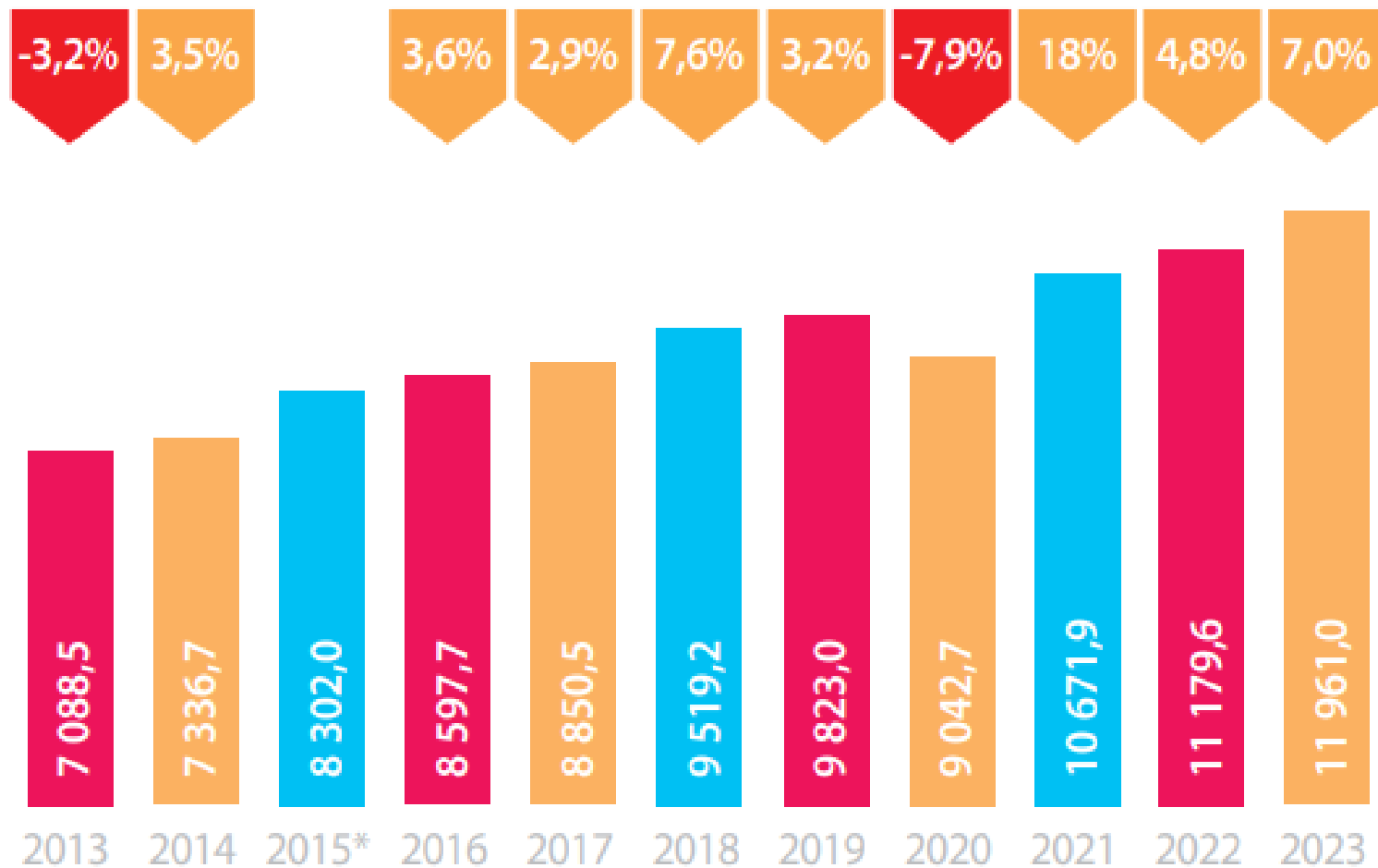


## OOH

reklama zewnętrzna to  
dopełnienie działań w  
przestrzeni miejskiej,  
skierowany do ludzi w  
ruchu (pieszo, w  
komunikacji miejskiej i  
w samochodach)  
przy wyborze nośników  
premium ma silne  
odziaływanie  
wizerunkowe,  
podtrzymuje kontakt w  
komunikatem  
reklamowym w  
pozostałych mediach.

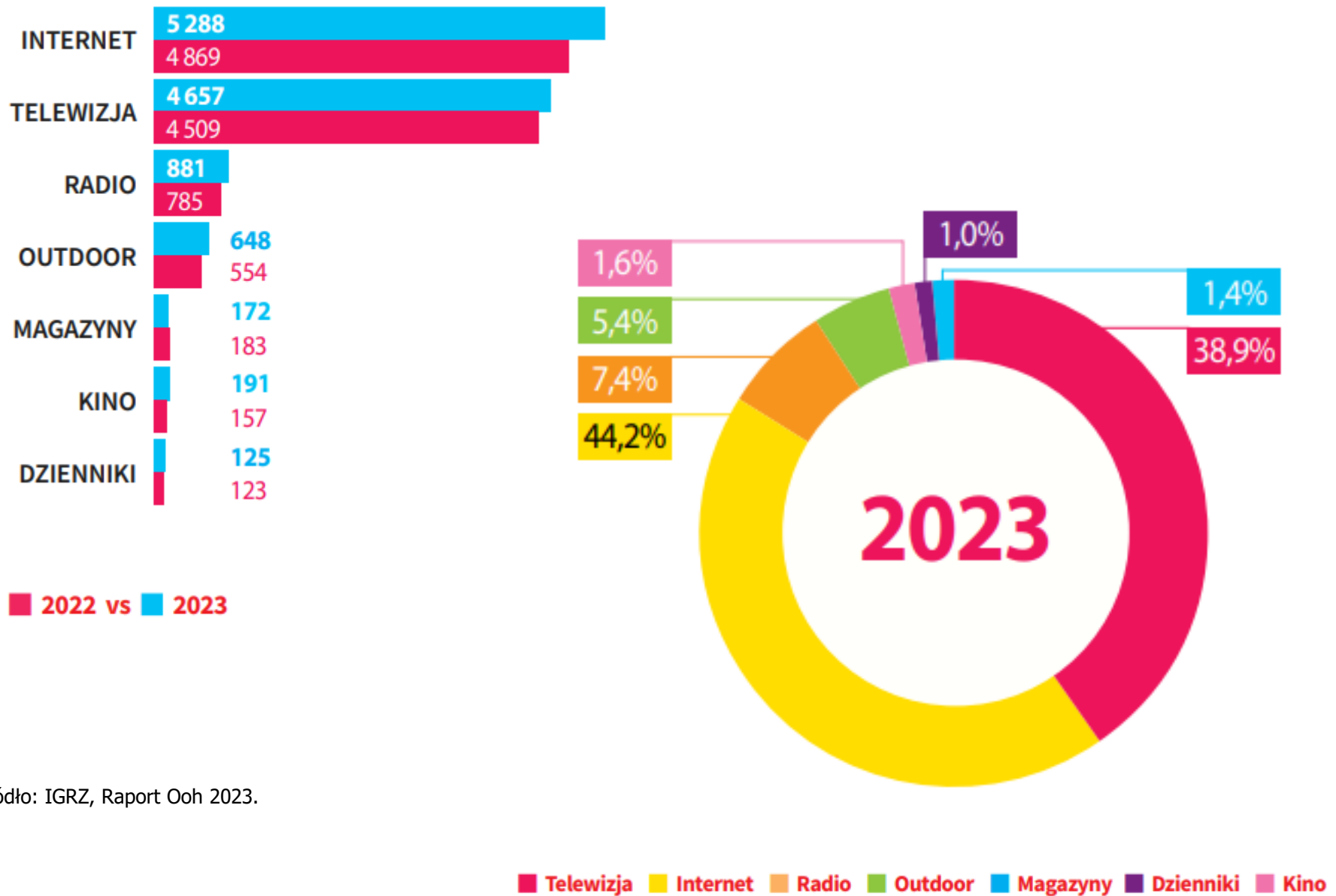
OOH - out of home

# Wartość rynku reklamowego netto, 2013-2023 (mln PLN)



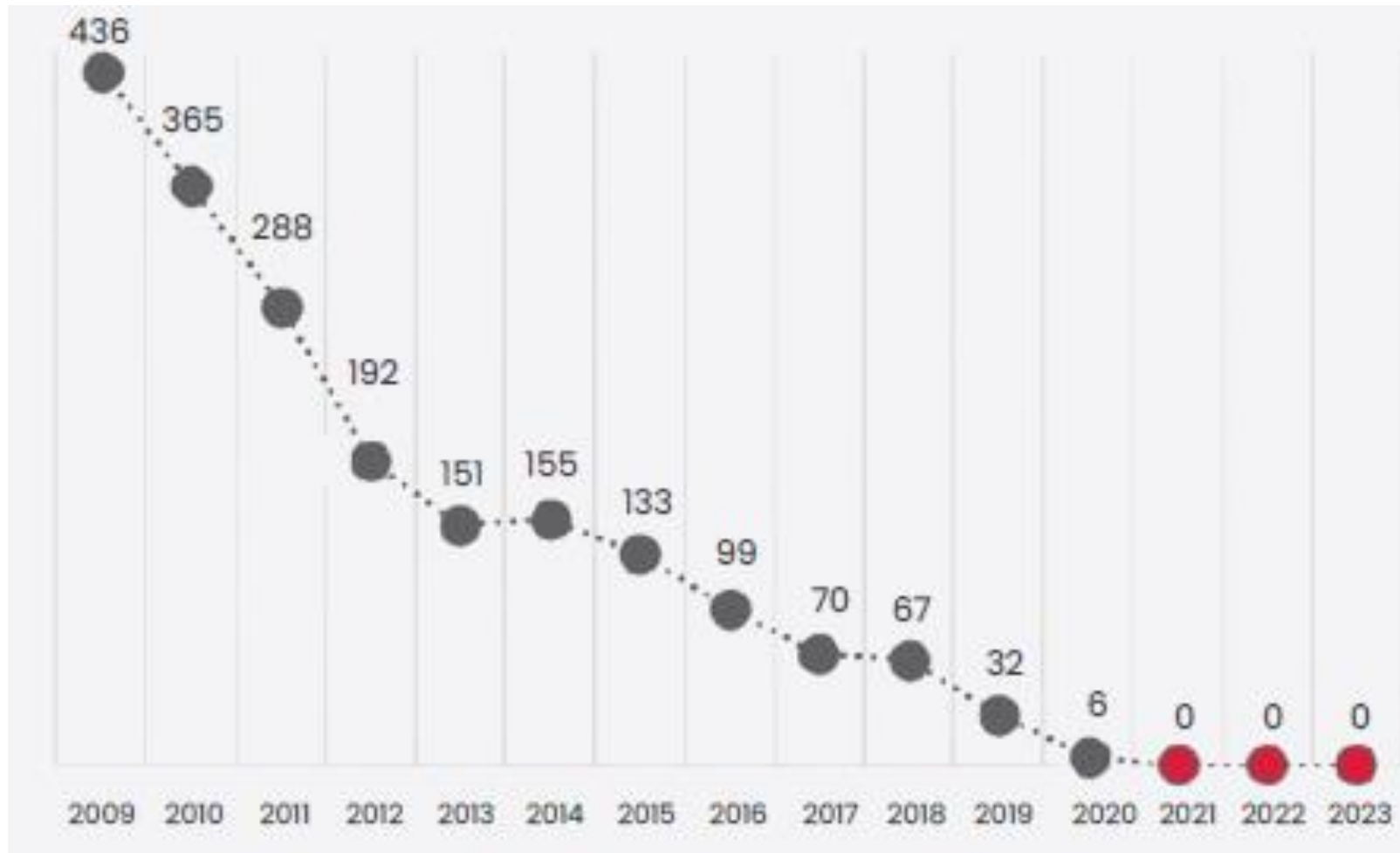
Źródło: IGRZ, Raport Ooh 2023.

# Zmiany wartości reklamy w klasach mediów (mln PLN)



Źródło: IGRZ, Raport Ooh 2023.

# Liczba programów TV z widownią powyżej 5 mln



Źródło: Nielsen Audience Measurement, 01-2023

# 20 najchętniej oglądanych programów

## w tygodniu – od 6 do 12 maja 2024

| Wirtualnemedi.pl |                                                      |        |            |                | Wszyscy 4+ |        |
|------------------|------------------------------------------------------|--------|------------|----------------|------------|--------|
| Lp.              | Tytuł                                                | Stacja | Data       | Godzina emisji | AMR        | BSHR % |
| 1                | M JAK MIŁOSC /SER.OBYCZ.POL./                        | TVP2   | 06.05.2024 | 20:58 - 21:43  | 2 731 813  | 25,19% |
| 2                | NA DOBRE I NA ZŁE /SER.OBYCZ.POL./                   | TVP2   | 08.05.2024 | 20:59 - 21:48  | 2 144 408  | 21,42% |
| 3                | FAKTY                                                | TVN    | 07.05.2024 | 19:00 - 19:33  | 2 115 843  | 21,87% |
| 4                | MATYLDA /SER.KOSTIUM.POL./                           | TVP1   | 12.05.2024 | 20:21 - 21:06  | 1 942 040  | 18,17% |
| 5                | SANATORIUM MIŁOŚCI /REALITY SHOW POL./               | TVP1   | 12.05.2024 | 21:20 - 22:07  | 1 814 282  | 17,88% |
| 6                | BARWY SZCZĘŚCIA /SER.OBYCZ.POL./                     | TVP2   | 07.05.2024 | 20:10 - 20:34  | 1 565 675  | 14,81% |
| 7                | I9.30                                                | TVP1   | 12.05.2024 | 19:30 - 20:00  | 1 523 208  | 15,94% |
| 8                | MAM TALENT! /PROG.ROZR.POL./                         | TVN    | 11.05.2024 | 20:00 - 22:17  | 1 500 231  | 15,16% |
| 9                | EUROWIZJA 2024 /TRANSMISJA/                          | TVP1   | 07.05.2024 | 21:00 - 23:22  | 1 425 137  | 15,64% |
| 10               | NA SYGNALE /SER.OBYCZ.POL./                          | TVP2   | 06.05.2024 | 21:56 - 22:20  | 1 421 138  | 15,75% |
| 11               | SPORT /SERWIS SPORT./                                | TVP1   | 12.05.2024 | 20:12 - 20:15  | 1 418 560  | 13,94% |
| 12               | KULISY SERIALU M JAK MIŁOŚĆ /REP.POL./               | TVP2   | 06.05.2024 | 20:45 - 20:49  | 1 307 338  | 11,94% |
| 13               | TWOJA TWARZ BRZMI ZNAJOMO NAJLEPSI! /PROG.ROZR.POL./ | Polsat | 10.05.2024 | 20:06 - 22:08  | 1 278 881  | 13,23% |
| 14               | MILIONERZY /TELETURNIEJ/                             | TVN    | 09.05.2024 | 20:57 - 21:34  | 1 236 032  | 12,42% |
| 15               | TELEEXPRESS                                          | TVP1   | 07.05.2024 | 17:00 - 17:15  | 1 215 481  | 18,43% |
| 16               | UWAGA! /MAG.INTERW.POL./                             | TVN    | 06.05.2024 | 19:56 - 20:09  | 1 164 268  | 11,19% |
| 17               | KUCHENNE REWOLUCJE /REALITY SHOW POL./               | TVN    | 09.05.2024 | 21:37 - 22:39  | 1 116 321  | 12,46% |
| 18               | WYDARZENIA                                           | Polsat | 06.05.2024 | 18:50 - 19:21  | 1 106 325  | 12,13% |
| 19               | PYTANIE DNIA /PROG.PUBL.POL./                        | TVP1   | 07.05.2024 | 19:58 - 20:02  | 1 103 487  | 10,95% |
| 20               | KOŁO FORTUNY /TELETURNIEJ/                           | TVP2   | 12.05.2024 | 14:37 - 15:06  | 1 080 722  | 16,98% |



AMR (*average minute rating*) - średnia oglądalność minutowa

SHR% (*share*) - udział w widowni - odsetek widzów, którzy oglądali audycję bądź program w stosunku do wszystkich widzów oglądających w tym czasie telewizję

# Oglądalność stacji telewizyjnych, 2023-2024

## /wszyscy 4+ /

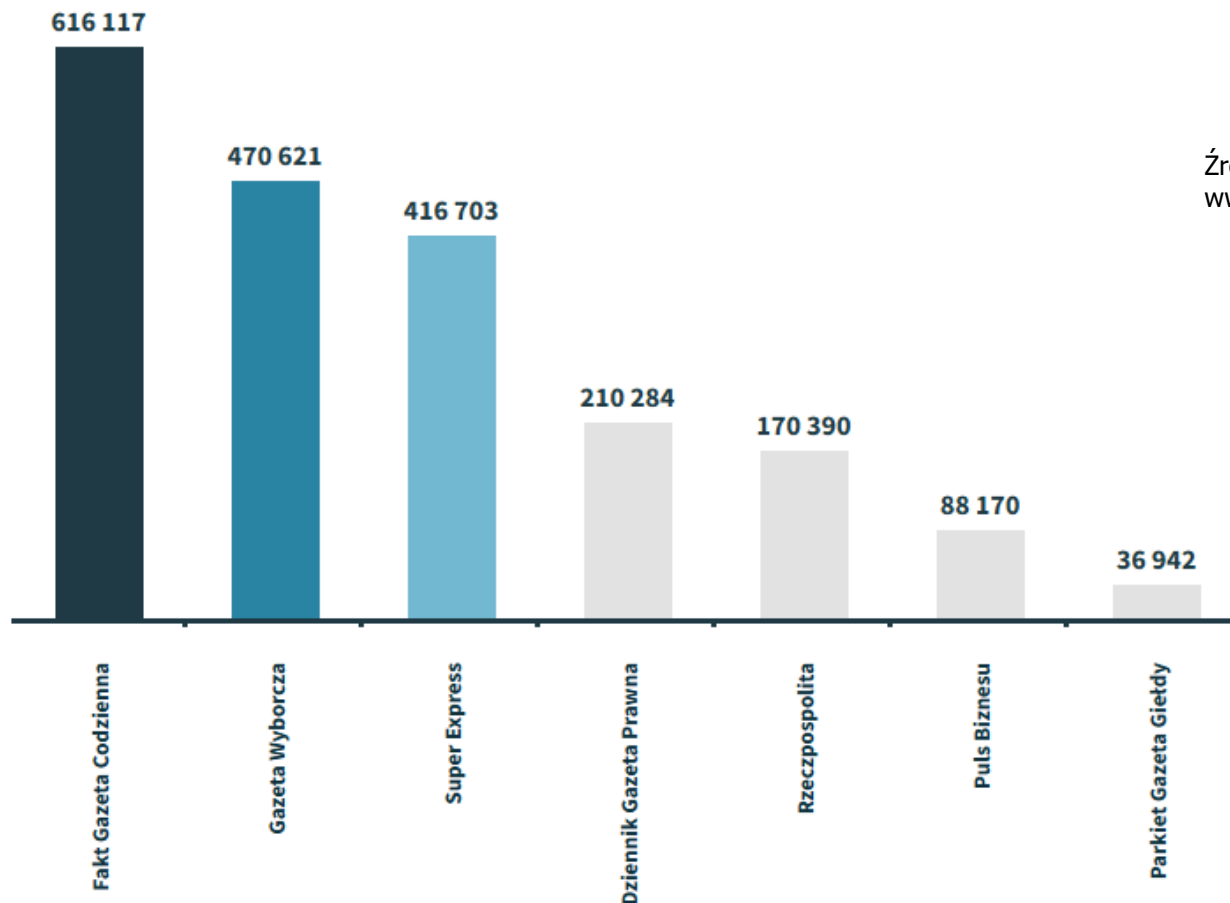
|            |              | listopad |       |         |       |
|------------|--------------|----------|-------|---------|-------|
| Wszyscy 4+ |              | 2024     |       | 2023    |       |
| Lp.        | Stacja       | AMR      | SHR % | AMR     | SHR % |
| 1          | Polsat       | 432 659  | 6,99  | 410 778 | 6,55  |
| 2          | TVP1         | 431 573  | 6,97  | 479 963 | 7,65  |
| 3          | TVN          | 395 883  | 6,40  | 419 382 | 6,68  |
| 4          | TVP2         | 378 131  | 6,11  | 469 767 | 7,49  |
| 5          | TVN24        | 335 190  | 5,42  | 449 555 | 7,16  |
| 6          | Republika    | 296 390  | 4,79  | 7 008   | 0,11  |
| 7          | TV PULS      | 206 325  | 3,33  | 187 376 | 2,99  |
| 8          | TV4 pl       | 202 689  | 3,28  | 193 595 | 3,09  |
| 9          | TVN7         | 194 538  | 3,14  | 196 192 | 3,13  |
| 10         | TTV          | 120 352  | 1,94  | 111 754 | 1,78  |
| 11         | TV6          | 113 766  | 1,84  | 78 807  | 1,26  |
| 12         | Puls 2       | 96 526   | 1,56  | 106 952 | 1,70  |
| 13         | TVP Info     | 88 212   | 1,43  | 355 422 | 5,66  |
| 14         | TVP Seriale  | 82 968   | 1,34  | 85 385  | 1,36  |
| 15         | Polsat News  | 81 001   | 1,31  | 128 082 | 2,04  |
| 16         | Stopklatka   | 73 008   | 1,18  | 73 285  | 1,17  |
| 17         | Wydarzenia24 | 71 628   | 1,16  | 48 752  | 0,78  |
| 18         | Fokus TV     | 56 371   | 0,91  | 50 077  | 0,80  |
| 19         | TVP3         | 52 261   | 0,84  | 58 589  | 0,93  |
| 20         | TVP Sport    | 51 455   | 0,83  | 44 220  | 0,70  |



AMR (average minute rating)

# Czytelnictwo Dzienników Ogólnopolskich

## styczeń 2024 – grudzień 2024



Źródło:  
[www.pbc.pl/czytelnictwo/](http://www.pbc.pl/czytelnictwo/)

CPW: 2,09% respondentów czyta przeciętne wydanie pisma

Estymacja na populację: 616 117 Polaków czyta przeciętne wydanie pisma

Liczba przebadanych respondentów w danym okresie N=21 152

Wskaźnik CPW oznacza średni procent respondentów, którzy zetknęli się z przeciętnym wydaniem pisma (czytali je, bądź przeglądali).

# Nośniki reklamy OOH 2023



Ogólna liczba tradycyjnych  
nośników reklamy OOH w Polsce.  
Stan na 31.12.2023 r.

**3 147** dla nośników o powierzchni 12 m<sup>2</sup>

**8 373** dla nośników o powierzchni 18 m<sup>2</sup>

**583** dla nośników o powierzchni 36 m<sup>2</sup>

**775** dla nośników o powierzchni 48 m<sup>2</sup>

**1 015** dla słupów

**20 505** dla nośników o powierzchni do 8 m<sup>2</sup>

**518** dla pozostałych nośników

Łącznie **34 916** tradycyjnych nośników reklamy



Ogólna liczba podświetlanych  
nośników reklamy OOH w Polsce.  
Stan na 31.12.2023 r.

**22 550** dla nośników Citylight

**189** dla nośników o powierzchni 8-9 m<sup>2</sup>

**866** dla nośników o powierzchni 18 m<sup>2</sup>

**332** dla nośników o powierzchni 32 m<sup>2</sup>

**307** dla pozostałych nośników

Łącznie **24 244** podświetlanych nośników reklamy

**59 160**

wszystkich nośników  
reklamy OOH w Polsce



# Ambient media

Ambient marketing to wszelkie formy **marketingu niestandardowego**, prezentowane w otaczającej nas rzeczywistości.



# ***Product placement*** (plasowanie produktu)

*Product placement* (plasowanie produktu) - oznacza subtelne umieszczanie i prezentowanie na zasadach komercyjnych produktu lub kategorii produktu, marki albo określonego wzoru zachowań we wszelkich nośnikach audiowizualnych oraz drukowanych w celu prawidłowego komunikowania się firmy z otoczeniem i budowy lub poprawy wizerunku marki.



# PR - akcje

- informacje o firmie dla dziennikarzy,
- wystawy dorobku firmy,
- "dni otwarte",
- wydawnictwa o firmie,
- przypominanie o firmie z różnych okazji (życzenia świąteczne, obchody x - lecia itp.),
- akcje charytatywne,
- wręczanie upominków firmowych.



# Sponsoring

**Sponsoring** zapewnia firmom szereg korzyści, w tym **pokrycie mediów** (*media coverage*) - informacje o sponsorowanych wydarzeniach mogą pojawiać się w wielu mediach; **poprawę relacji z klientami oraz ze społecznością lokalną** (jeżeli firma sponsoruje jakieś wydarzenia lub instytucje o zasięgu lokalnym); **budowę wizerunku instytucji zaangażowanej, dbającej o ważne sfery życia;** **zwiększenie znajomości marki oraz poprawę morale pracowników.**



# Akwizycja

Osobiste polecanie i sprzedaż towarów przez przedstawiciela firmy.

Osobisty kontakt z potencjalnym nabywcą, w celu przekonania go do zakupu, wynegocjowania warunków i zawarcia umowy.

Akwizycja jest podstawowym rodzajem promocji na rynku dóbr inwestycyjnych i niektórych usług (np. ubezpieczeniowych)

