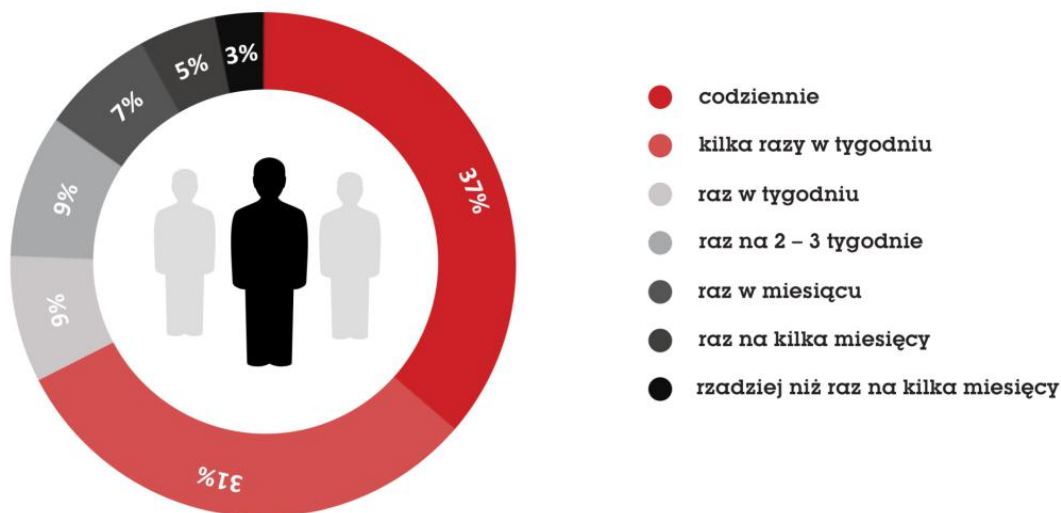


Nowy produkt w ofercie Biura Reklamy Wirtualnej Polski – mailingi targetowane na użytkowników poczty mobilnej

Warszawa, 8 kwietnia 2013 r.

Wirtualna Polska, jako pierwszy portal na rynku, udostępniła nowy produkt reklamowy – mailing targetowany na urządzenia mobilne. Nowa oferta pozwala w pełni wykorzystać potencjał mailingów, jednej z najbardziej konwertujących form reklamowych online i dotrzeć z przekazem do rosnącej, atrakcyjnej dla reklamodawców grupy internautów mobilnych.

Wirtualna Polska posiada największą bazę mailingową w kraju – ponad 7,8 mln aktywnych loginów miesięcznie, w tym blisko 850 tys. mobilnych (wzrost w ciągu roku o blisko 40%)*. Nowy produkt Biura Reklamy WP.PL pozwala wykorzystać ten potencjał i dotrzeć do coraz dynamiczniej rosnącej grupy użytkowników za pomocą bardzo efektywnej formy reklamowej, jaką jest mailing. Z badania Interaktywnego Instytutu Badań Rynkowych przygotowanego dla Wirtualnej Polski wynika, że korzystanie z poczty elektronicznej deklaruje aż 69% osób używających internetu w telefonie. Co więcej, 37% użytkowników poczty mobilnej sprawdza ją codziennie, a 31% robi to kilka razy w tygodniu**.



Częstość korzystania z poczty przez telefon komórkowy

– Mailing targetowany na urządzenia mobilne daje reklamodawcom wiele możliwości. Dzięki nowemu produktowi reklamowemu WP.PL mogą oni dotrzeć do ściśle wyselekcjonowanej i atrakcyjnej grupy celowej: posiadaczy smartfonów i tabletów – mówi **Ewa Sadowska**, Koordynator ds. Rozwoju Produktu Reklamowego w Wirtualnej Polsce. – Korzystają też na tym sami użytkownicy, którzy otrzymują dostosowany do urządzenia mobilnego, czytelny przekaz reklamowy – dodaje.

Informacji udziela Zespół PR Wirtualnej Polski:

Anna Matuszak

kom. 519 336 482

e-mail: amatuszak@wp-sa.pl

Magdalena Zmorzyńska

kom. 519 336 593

e-mail: mzmorzynska@wp-sa.pl

Jest o kogo walczyć, ponieważ mailingi mobilne umożliwiają interakcję z atrakcyjnym dla reklamodawców odbiorcami. Z innego badania przeprowadzonego przez IIBR na zlecenie Wirtualnej Polski wynika, że ponad 1/3 użytkowników serwisów mobilnych to osoby w wieku 25-34, 27% mieszka w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców, 56% ma stałą pracę, 30% to uczniowie i studenci, a 25% to specjaliści, przedstawiciele wolnych zawodów oraz pracownicy umysłowi***.

System mailingowy WP.PL pozwala adresować wysyłki mobilne do określonej grupy odbiorców. Dodatkowo istnieje możliwość targetowania m.in. demograficznego, behawioralnego i geograficznego. Warunki techniczne pozwalają też na wysyłkę mailingów na określone systemy operacyjne czy urządzenia mobilne.

Mailingi mobilne WP.PL dają klientom wiele innych korzyści. Pozwalają m.in. przekierowywać odbiorców do mobilnych wersji serwisów. Są też idealnym narzędziem do promocji aplikacji mobilnych.

O badaniach:

* dane wewnętrzne WP.PL, marzec 2013

** Badanie zrealizowane przez IIBR na zlecenie Wirtualnej Polski, grudzień 2012

*** Badanie zrealizowane przez IIBR na zlecenie Wirtualnej Polski, wrzesień, listopad 2012