

Rekordowe wzrosty w niespełna dwa miesiące po uruchomieniu serwisu DoRzeczy.pl

Ponadtrzykrotny wzrost liczby użytkowników i sesji odnotował w grudniu serwis DoRzeczy.pl w porównaniu do grudnia 2015 r. Uruchomiony w listopadzie serwis miał w niespełna osiem tygodni po starcie prawie 750 tys. użytkowników i notował ponad 1 600 000 sesji. Liczba odsłon serwisu przekroczyła 3,3 mln.

Blisko 2/3 użytkowników regularnie odwiedza serwis, 1/3 weszła na niego w grudniu po raz pierwszy.

„Widać, że jak się dzieje coś ważnego, to Polacy już wiedzą, że na portalu DoRzeczy.pl mogą szybko znaleźć informacje, które dają rzetelny obraz wydarzeń. I to zaledwie w kilka miesięcy od momentu, w którym tygodnik „Do Rzeczy” rozpoczął uruchamianie swojego drugiego płuca – portalu informacyjno-publicystycznego” – komentuje znakomite statystyki serwisu jego redaktor prowadzący Antoni Trzmiel.

Podkreśla, że niewątpliwą siłą serwisu jest wyspecjalizowany zespół redakcyjny oraz współpraca z autorami najlepszego tygodnika w kraju, w którym jest miejsce na różne punkty widzenia, polemiki, dyskusje. „Takim właśnie miejscem jest portal, w którym codziennie o ósmej publikowane są teksty napisane przez Kamilę Baranowską, Piotra Gabryela, Pawła Lisickiego, Piotra Semkę, Wojciecha Wybranowskiego, Rafała Ziemkiewicza, Piotra Zychowicza, które pozwalają połączyć rozproszone informacje w spójną całość” – mówi Trzmiel. Zwraca uwagę, że ponad trzykrotnie wydłużył się średni czas trwania sesji – z ok. 2 do ponad 7 minut. O ponad połowę spadł współczynnik odrzuceń.

W porównaniu z listopadowymi danymi, liczba odsłon wzrosła o ponad 50 proc., liczba sesji - o blisko 2/3 proc., a liczba użytkowników – o ponad 80 proc.

Tygodnik „Do Rzeczy” udostępnił nową odsłonę swojego serwisu internetowego DoRzeczy.pl na początku listopada. Serwis zyskał nowoczesny wygląd i nowe funkcjonalności. Z punktu widzenia czytelników najważniejszą zmianą jest nowy layout, który ułatwia poruszanie się po serwisie i docieranie do najnowszych informacji. Nowy serwis jest w pełni responsywny, dostosowuje się do wielkości monitora na którym jest przeglądany.

Kierowana przez Antoniego Trzmiela redakcja zyskała natomiast nowy CMS, zbudowany przez wewnętrzny dział deweloperów PMPG Polskie Media, który daje duże możliwości tworzenia bogatych w formy treści, m.in. łączenia tekstów z treściami video, cytatami z mediów społecznościowych, infografikami i animacjami wykorzystującymi wysokiej jakości zdjęcia. Wykorzystujący podobne rozwiązania serwis Wprost.pl w ciągu pięciu miesięcy funkcjonowania odnotował wzrost liczby sesji o blisko 40 proc, a liczby użytkowników - o 45 %. Zwiększenie liczby dostępnych formatów i form reklamowych pozwoliło podnieść przychody reklamowe tylko w obrębie reklamy odsłonej **blisko dwukrotnie**.

Tygodnik „Do Rzeczy” jest również bardzo aktywny w mediach społecznościowych. Na Facebooku fanpage [Tygodnika Lisickiego](#) zgromadził ponad 103 000 fanów, dodatkowo ponad 16 000 osób śledzi fanpage [Do Rzeczy](#). Na Twitterze konto [DoRzeczy.pl](#) ma ponad 36,5 tys. obserwatorów, a konto [Tygodnika Do Rzeczy](#) – 20,5 tysiąca.

Wydawcą tygodnika „Do Rzeczy” i serwisu DoRzeczy.pl jest Orle Pióro sp. z o.o., spółka zależna giełdowej spółki PMPG Polskie Media SA (GPW: PMPG). Bieżące informacje ze spółki na www.pmpg.pl oraz na profilach w serwisach Twitter: https://twitter.com/PMPG_PL i Facebook: <https://www.facebook.com/PMPG.SA>. W grupie wydawniczej PMPG jest też AWR Wprost sp. z o.o., wydawca tygodnika "Wprost".