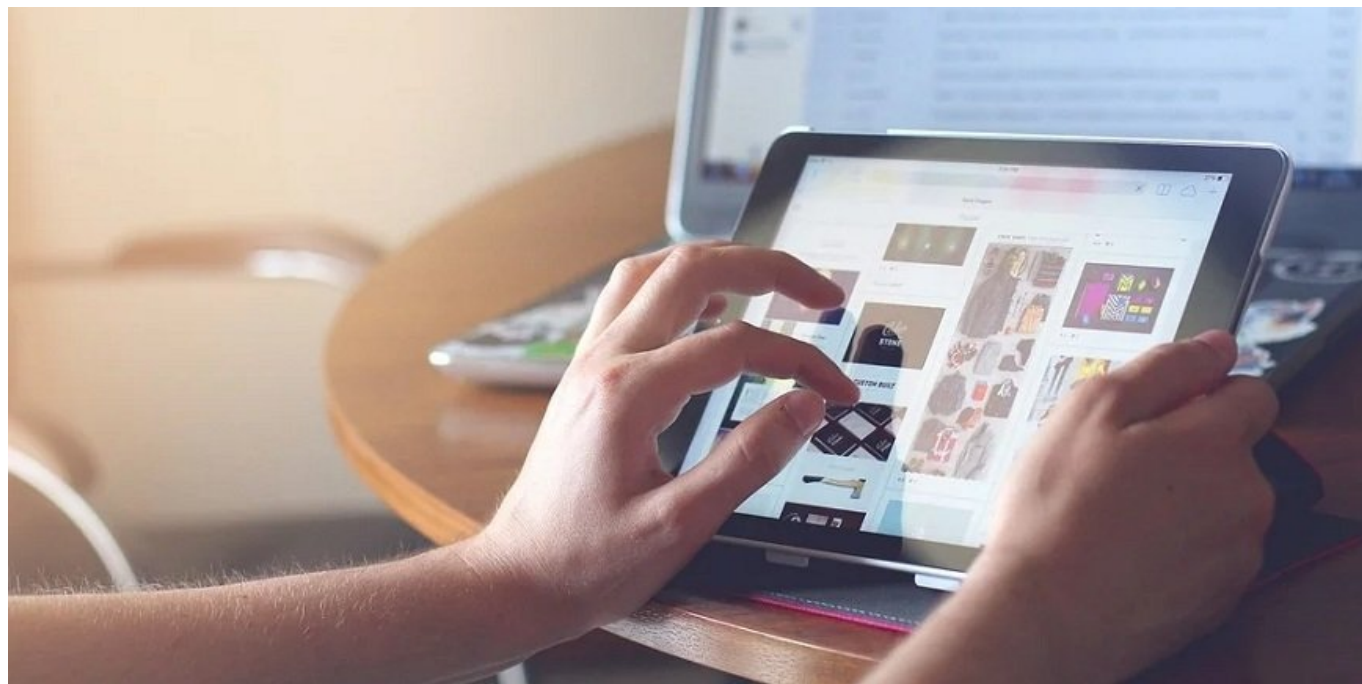


Przymusowa izolacja to dobry czas na ... reklamę!

data aktualizacji: 2020.04.27



W dobie przymusowej izolacji większość z nas spędza czas przed komputerem, laptopem czy telefonem komórkowym.... reklamodawco, do roboty!!

Liczba internautów w Polsce w lutym 2020 roku wyniosła ogółem 27,9 mln, z czego na komputerach osobistych i laptopach (komputery osobiste używane w domu oraz w pracy) - 22,8 mln, a na urządzeniach mobilnych (smartfony i tablety) 23,8 mln*. Jak wynika z badania Gemius/PBI za marzec 2020 wszystkie największe witryny i serwisy internetowe zanotowały wzrost ilości odsłon. Nie trzeba być jasnowidzem, aby przewidzieć wyniki za kwiecień 2020. Statystyki ruchu również będą rosły. Obserwujemy to również na stronach warsztat.pl. Każdy kolejny tydzień jest rekordowy!

Siedząc w domu jesteśmy większymi konsumentami przekazów reklamowych. Mądrzy reklamodawcy wiedzą doskonale jak ten czas wykorzystać. Jak możemy przeczytać w opracowaniu GEMIUS pt. „Szczególne zainteresowanie informacjami, mniejsza popularność sportu. Rynek reklamowy w czasie pandemii” Zbiórce zestawienie liczby kontaktów reklamowych i użytkowników we wszystkich kanałach mediowych mierzonych przez Gemius (telewizja, radio, internet) wyraźnie wskazuje na wzrost aktywności w drugiej połowie marca - zarówno po stronie twórców komunikatów reklamowych, jak i ich odbiorców.

Różnica w liczbie reklam, z którymi zetknęli się konsumenci w pierwszym tygodniu lutego i ostatnim tygodniu marca, wynosi 14%, co przekłada się na zwiększenie liczby kontaktów reklamowych o ok. 3,7. Gwałtowny wzrost rozpoczął się w tygodniu, w którym rząd wprowadził ograniczenia związane z epidemią.

Jak wynika z danych, wzrost ogólnej liczby odnotowanych kontaktów reklamowych pomiędzy pierwszym tygodniem lutego a ostatnim tygodniem marca widoczny jest zarówno na kanałach digital (18% w przypadku komputerów stacjonarnych i laptopów oraz aż 32% w

przypadku urządzeń mobilnych), jak i w telewizji (8%).**

Powiedzmy sobie szczerze. Trendy reklamowe nie powinny nas zaskakiwać. Wzrost oglądalności kanałów newsowych przez użytkowników przekłada się na wzrost kontaktów reklamowych. W przypadku kanałów sportowych – trudno dziwić się spadkom skoro wszystkie wydarzenia sportowe zostały na chwilę obecną odwołane. A jak wygląda sytuacja w internecie?

Jak wynika z danych badania Gemius/PBI, liczba odsłon wygenerowanych na witrynach z tej kategorii wzrosła w analizowanym okresie (pierwszy tydzień lutego vs ostatni tydzień marca) o 60%, przy jednoczesnym zwiększeniu liczby użytkowników o 9%. Najistotniejsze zmiany w liczbie odsłon zaobserwować można w przypadku urządzeń mobilnych – tu wskaźnik ten zwiększył się aż o 67%. Najwięcej użytkowników przybyło natomiast na platformie PC: liczba ta zwiększyła się w omawianym przedziale czasowym o 21%.

Mamy już pełne dane. Czas na wnioski.

Jeśli masz firmę pamiętaj, że musisz (nie możesz, musisz) być w kontakcie ze swoimi klientami – obecnymi i przyszłymi. Musisz się reklamować. Mam świadomość, że wielu przedsiębiorców stoi teraz przed dramatycznymi wyborami dotyczącymi utrzymania miejsc pracy, spłaty zobowiązań leasingowych/kredytowych, walki o zawieszenie składek ZUS itd. Nikt z nas nie wie, jak długo będziemy zmuszeni siedzieć w domach a co za tym idzie, nikt z nas nie wie w jakim zakresie cała sytuacja wpłynie na jego firmę i jakie reperkusje przyniesie w przyszłości. Jest jednak ale ... przypominając w mądry i ciekawy sposób o naszej firmie, o usługach, towarach możemy nie tylko zatrzymać „starych” klientów, ale również pozyskać nowych. Pamiętajmy również aby bardzo dokładnie analizować wyniki naszych kampanii reklamowych oraz dywersyfikować kanały. Nasi klienci są i czekają na przekaz reklamowy/PR od nas – warto o tym pamiętać w rozmowie z szefem, który wstrzymuje wszystkie działania reklamowe.

Justyna Wojtaszczyk

*<http://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/wyniki-badania-gemiuspbi-za-marzec2020.html>

**<http://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/szczegolne-zainteresowanie-informacjami-mniejsza-popularnosc-sportu-rynek-reklamowy-w-czasie-pandemii.html>

Źródło: