

# Raporty interaktywnie.com 2010r.





**66%\*** użytkowników  
Interaktywnie.com podejmuje decyzje  
lub ma głos doradczy w zakresie  
lokowania budżetu reklamowego bądź  
wyborze firmy, która zrealizuje działania  
marketingowe.

\*badanie przeprowadzone w dniach 27 listopad – 4 grudnia 2009 roku  
na użytkownikach Interaktywnie.com

## Promocja i dystrybucja Raportów

### Na interaktywnie.com (pierwszy portal branży IT)

- Wyróżnienie w sekcji „**Temat dnia**” na **stronie głównej** interaktywnie.com, oraz w sekcji „**Polecamy**” w newsletterze
- Raporty będą do pobrania z serwisu interaktywnie.com, z nowoutworzonej sekcji „**Raporty**”



### Na Money.pl (portal finansowy nr 1 w Polsce)

- **200 tys . odston** double billboard promującego raport (przez miesiąc od publikacji),
- Link reklamowy do raportu w wysyłce e-gazet Money.pl (**285 000 subskrybentów**).
- Omówienie raportu i link do jego pobrania na stronie głównej **Money.pl w sekcji „Kraj”**

Oprócz tego informacja prasowa wraz ze zwięzłym podsumowaniem i linkiem do Raportu zostanie rozesłana do **branżowych serwisów**.

## Luty: Agencje Interaktywne

Z raportu „Agencje interaktywne” czytelnicy dowiedzą się na co zwrócić uwagę podczas wyboru agencji interaktywnej, czemu przyjrzeć się podczas prowadzenia przetargu, jak efektywnie zarządzać kosztami internetowego projektu. Będą mogli również przeczytać, jak dopasować rodzaj kreacji internetowej do prowadzonej działalności, tak by ta nie była jej zaprzeczeniem, ale efektywnym uzupełnieniem. Dodatkowo w raporcie przeanalizowane zostanie wyodrębnienie się tzw. „Internet Software House’ów”, które specjalizują się w ściśle technologicznych zleceniach. Omówiony zostanie również temat nowych form komunikacji, po które coraz śmielej sięga wielu klientów agencji interaktywnych.

Raport w sposób przekrojowy oraz obiektywny opisze polski rynek agencji interaktywnych, dzięki czemu będzie mógł stanowić **pomocne narzędzie dla marketerów** oraz **osób odpowiedzialnych za prowadzenie projektów** związanych z Internetem.

## Marzec: Edukacja (kształcenie w szkołach wyższych pod kątem branży interaktywnej)

Raport zajmie się analizą ofert polskich szkół wyższych. Dziennikarze interaktywnie.com przyjrzą się w nim kierunkom studiów związanych z nowymi technologiami oraz e-marketingiem. Spróbują odpowiedzieć na pytanie, czy polskie uczelnie kształcą tak, by ich absolwenci mogli odnaleźć się na rynku pracy związanym z nowoczesnymi technologiami.

## Kwiecień: Bezpieczeństwo w internecie

W raporcie przeanalizowane zostaną zagadnienia związane z bezpieczeństwem w Internecie. Czytelnicy dowiedzą się, jakie zagrożenia czekają na nich w sieci, jak się przed nimi chronić oraz jak firmy zarządzające danymi osobowymi powinny dbać o bezpieczeństwo zgromadzonych informacji.

## Maj: Rynek pracy

Raport odsłoni kulisy rynku pracy w polskiej branży interaktywnej. Jacy specjaliści zarabiają najwięcej, kto nie musi obawiać się utraty pracy, a kto powinien zastanowić się nad zmianą profilu swojego stanowiska? Będzie to **pierwsza polska publikacja, analizująca polski rynek pracy w branży interaktywnej.**

## Czerwiec: Domeny i hosting

Raport opíše polski rynek domen i hostingu. Przeanalizuje oferty firm, które dostarczają rozwiązania z zakresu domen oraz hostingu. Przyjrzy się rynkowi wtórnemu domen internetowych oraz odpowie na pytanie, jak dbać o bezpieczeństwo zgromadzonych na serwerach danych.

## Lipiec: Użyteczność w internecie

Raport Usability to próba usystematyzowania wiadomości na temat użyteczności witryn internetowych. W przygotowaniu tej publikacji udział weźmie redakcja interaktywnie.com oraz eksperci, którzy na co dzień zajmują się tematyką usability.

Raport zawierać będzie m.in. systematykę rodzajów badań, które prowadzone są podczas audytów serwisów www.

Informacje te wzbogacone będą o orientacyjne koszty, z jakimi należy się liczyć. Podjęta zostanie również tematyka tworzenia architektury treści, przystosowywania serwisów do potrzeb różnych grup użytkowników (osób młodych i starszych) oraz oczekiwań marketerów, którym nie zawsze po drodze z użytecznością.

Znajdą się tam również informacje na temat wymagań, które należy spełnić, by w jak najwyższym stopniu przystosować stronę www dla osób niepełnosprawnych. Do raportu włączone zostanie także zestawienie polskiego rynku usability z jego brytyjskim odpowiednikiem.

Celem tego dokumentu jest pokazanie trendów, jakie aktualnie obecne są w branży, a bez znajomości których, zbudowanie funkcjonalnego i przyjaznego użytkownikom serwisu jest niemal niemożliwe. Raport będzie mógł stanowić wsparcie dla odpowiedzialnych za działania promocyjne osób, które dzięki niemu zyskają wiedzę potrzebną do efektywnego planowania obecności swojej firmy w globalnej sieci.

## Wrzesień: **Media Online**

Raport „Media online” zajmie się analizą kampanii prowadzonych w obrębie globalnej sieci. Pod lupę zostaną wzięci duzi wydawcy, domy mediowe i sieci reklamowe. Przyjrzymy się cennikom oraz rabatom. Omówiona zostanie również skuteczność form reklamowych, dzięki czemu reklamodawcy będą mieli obraz narzędzi promocyjnych, w które warto inwestować.

Autorzy raportu poddadzą analizie targetowanie behawioralne, gdyż w ciągu ostatnich miesięcy temat ten stał się jednym z gorętszych zagadnień na polu e-marketingu. W raporcie przedstawiona zostanie analiza technik, pozwalających na docieranie do ściśle wyselekcjonowanego odbiorcy. Poruszona zostanie także sprawa kontrowersji prawnych, które rodzi zagadnienie targetowania behawioralnego.

Celem tego kilkudziesięciostronicowego dokumentu jest stworzenie spójnego obrazu mediów internetowych, które odgrywają coraz bardziej znaczącą rolę w budżetach reklamodawców. Raport będzie mógł stanowić wsparcie dla marketerów, gdyż dzięki niemu uzyskają wiedzę potrzebną do efektywnego planowania kampanii promocyjnych.

## Październik: **Marketing mobilny/Internet Mobilny**

W raporcie na temat Internetu mobilnego opisany zostanie polski rynek usług mobilnych, jego ewolucja oraz najnowsze trendy. Dziennikarze przyjrzą się również działaniom marketingowym, które coraz śmielej wkraczają na pole usług mobilnych.

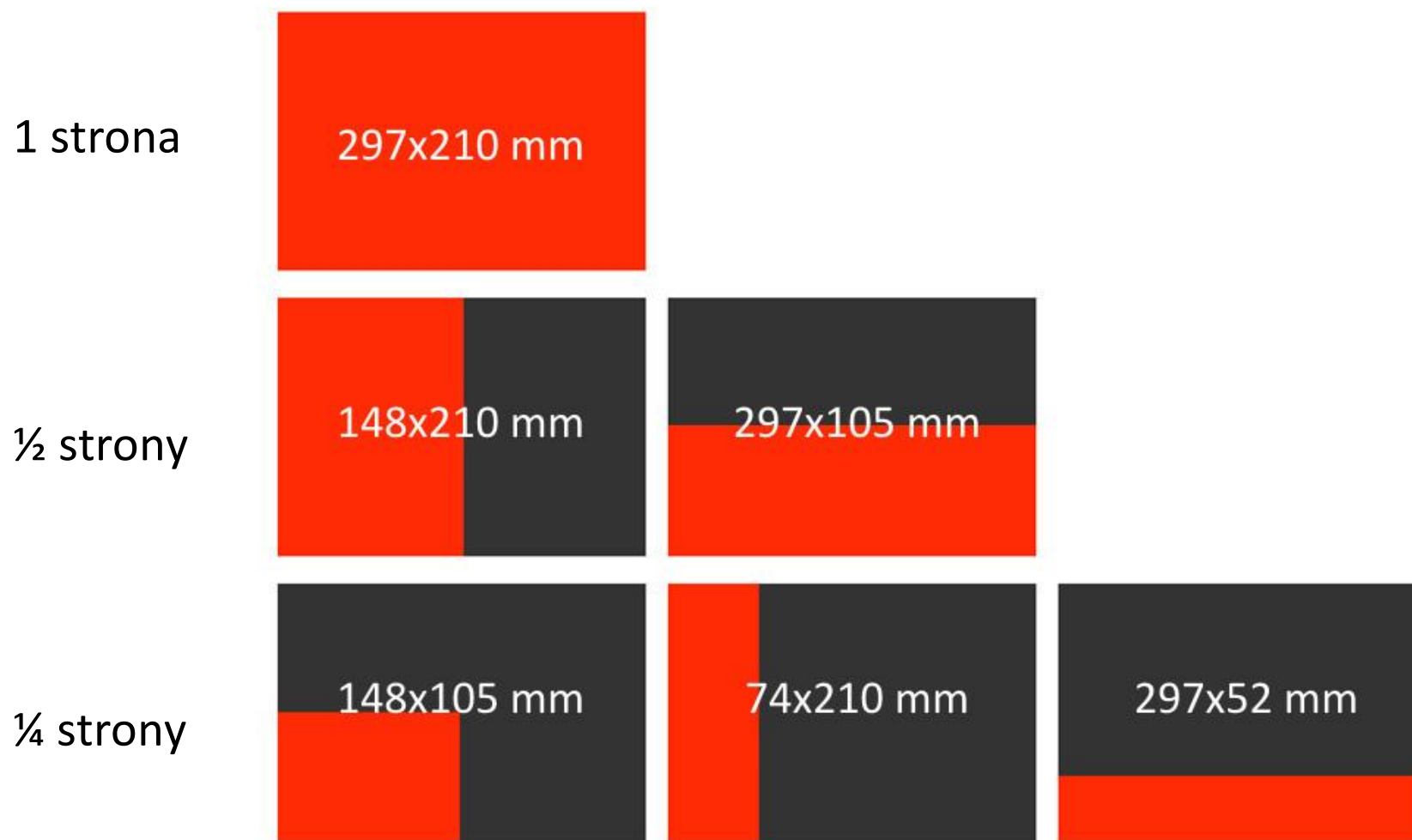
## Listopad: Marketing w wyszukiwarkach

Raport „**SEO/SEM**” zajmie się analizą marketingu prowadzonego za pomocą wyszukiwarek internetowych. Opiszemy sposoby planowania kampanii SEM, ich monitorowanie i odpowiednie optymalizowanie. Zajmiemy się sposobami osiągnięcia najlepszych wyników w wyszukiwarkach oraz prowadzeniem brand marketingu. Pod lupę weźmiemy również nieetyczne działania SEO.

Celem raportu jest **stworzenie spójnego obrazu rynku SEO/SEM w Polsce**, który odgrywa bardzo istotną rolę w budżetach reklamodawców. Raport, podobnie jak nasze poprzednie publikacje, będzie mógł stanowić wsparcie dla marketerów, gdyż dzięki niemu uzyskają wiedzę potrzebną do efektywnego planowania kampanii promocyjnych.

# Formaty reklamowe

Rozdzielczość 300dpi, format .tif, .eps, .wmf, .cdr, .ai (w przypadku formatów .eps, .cdr oraz .ai wszystkie czcionki należy zmienić na krzywe).



# Kontakt

Jeżeli jesteś zainteresowany reklamą w raporcie skontaktuj się z:



**Iwona Bodziony**  
sales manager/editor

E: [ib@interaktywnie.com](mailto:ib@interaktywnie.com)

T: 661 878 882