



# ZDOBĄDŹ Z NAMI NOWYCH KLIENTÓW

Nasze ebooki z raportami czytają marketerzy, którzy decydują o przeznaczeniu budżetów promocyjnych.  
Dotrzesz do nich prezentując w tych publikacjach siebie i swoją ofertę!

interaktywnie.**com**

**OFERTA NA ROK 2022**



**TOMASZ BONEK**

**redaktor  
naczelnny, CEO**

współtwórca sukcesu  
i wieloletni redaktor  
naczelnny Money.pl,  
a następnie dyrektor  
redakcji biznesowych  
Onetu. Wdrożył polską  
wersję Business Insidera

# OD 15 LAT PISZEMY O MARKETINGU

w internecie i offline

*Szanowni Państwo,*

Interaktywnie.com  
istnieje od 2006 r.

Każdego miesiąca docieramy do ponad  
100 tys. unikalnych użytkowników  
zainteresowanych marketingiem,  
szczególnie internetowym.

Piszemy o trendach, prezentujemy  
wiedzę najbardziej uznanych ekspertów  
z branży. Przedstawiamy najlepsze  
kampanie i realizacje. Doradzamy,  
odradzamy - edukujemy marketerów.

Od lat, co miesiąc, przygotowujemy  
ebooki z raportami, które stanowią  
kompedium wiedzy na dany temat.

Czytają nas Twoi potencjalni Klienci!

**Zachęcam  
do współpracy reklamowej  
i merytorycznej**

Tomasz Bonek

100  
TYSIĘCY

TWOICH  
KLIENTÓW

Interaktywnie.com to najstarsze polskie medium o marketingu, docierające do osób, które dysponują budżetami marketingowymi w największych korporacjach, średnich firmach, a także w tych, które dopiero zaczynają walkę o klienta.

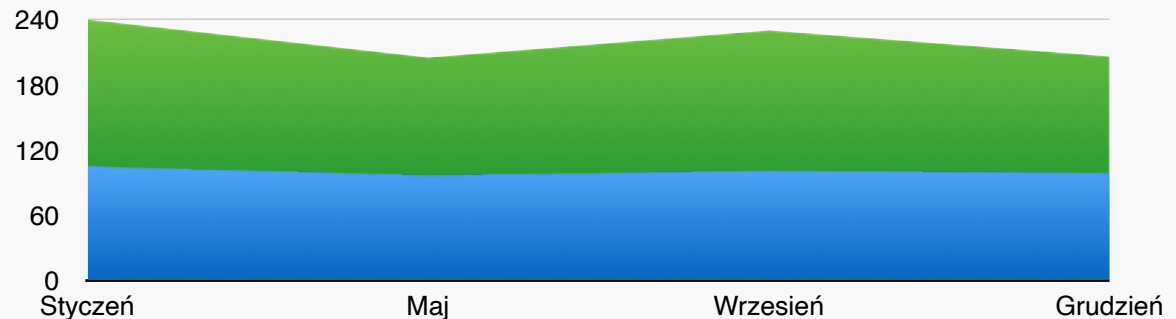
**Nasi Czytelnicy to** wyspecjalizowana grupa szczególnych odbiorców o affinity indeksie wynoszącym ponad 250 w najbardziej prestiżowej grupie docelowej.

**Dyrektorzy marketingu, kierownicy, menedżerowie i specjaliści** są na naszych łamach.

Wydajemy znane i uznane na rynku raporty w pdf, które subskrybują tysiące osób zainteresowanych marketingiem. W raportach umożliwiamy zaprezentowanie nie tylko oferty, ale także wiedzy ekspertów reklamodawców. To doskonałe narzędzie content marketingowe pozwalające na natywne dotarcie z przekazem reklamowym do potencjalnego Klienta.

# DLACZEGO WARTO

w Interaktywnie.com promować swoją markę  
oraz ekspertów



# RAPORTY PROMUJĄ NAJWIĘKSZE PORTALE

raportom wydawanym przez [Interaktywnie.com](http://Interaktywnie.com)  
patronują: największe portale. Wśród nich są:

money.pl

WP



GAZETA.PL



**Naszą siłą jest  
wsparcie partnerów**

*Współpracujemy  
z liderami rynku*

# ZAPREZENTUJ W RAPORTACH EKSPERTÓW I OFERTĘ FIRMY

pozyskaj klientów i zwiększ przychody  
dzięki natywnej promocji

**Interaktywnie.com** to nowoczesne medium tematyczne z codziennymi newsami z rynku polskiego i międzynarodowego, artykułami, wywiadami oraz omówieniami najciekawszych stron internetowych.

Nasze cykliczne, obszerne raporty branżowe dystrybuowane są do osób pracujących w branży marketingowej, które w swoich firmach odpowiadają m.in. za wybór firmy do obsługi reklamowej.

Nasz serwis zintegrował także społeczność – ponad sto tysięcy osób, które wymieniają się tu doświadczeniami, doradzają sobie, piszą blogi, rozmawiają o najnowszych trendach.

91%



naszych Klientów zadeklarowało, że dzięki promocji w naszym serwisie lub w raportach pozyskali nowych kontrahentów, a to przełożyło się na znaczące zwiększenie przychodów ich firmy.

Odsetek ten zwiększa się z roku na rok.

## okiem eksperta

Chcesz współtworzyć ten dział? Napisz do nas! >



**E-sport w marketingu. Jak zainteresowanie gamingiem wykorzystują marki**

Maciej Łapczyński, Client Services Director, John Pitcher

Specjalnie dla Interaktywnie.com pisze Maciej Łapczyński z John Pitcher.



**Fakty i mity na temat pracy front-end developera. Jak wygląda praca na co dzień**

Zarooki rosną, ale branża nie jest już tak zycziwła dla młodych bez...



**5 start-upów technologicznych, które mają szanse zmienić kształt rynku muzycznego**

Sergey Bludov, Senior Vice President – Media/Entertainment, DataArt

Chatboty, AI lub blockchain to tylko kilka technologii, które wpłyną na...



**Czy display to przeszłość? Zobacz, jak wiewability zmieni rynek reklamy internetowej**

Aż połowa reklam graficznych w piśmiem internecie nie jest widoczna.

## Big Data, czyli co?

W ujęciu technicznym big data to duży zbiór różnorodnych danych umożliwia dostępnych zmanom systemów danych. Tym tematem określa się czasem również gwałtowny wzrost oraz dostępność danych posiadających zarówno ustaloną strukturę, jak i tych nieustrukturyzowanych.

Tylko w Europie, w zaledwie rok, jego wartość wzrosła o okiagły miliard dolarów, a w kolejnym roku sięgnie już 4,2 mld dolarów – o czym informuje raport Interaktywnie.com. Dla porównania w USA wartość tego rynku w 2019 roku urosnie do 12,5 mld dol., a w Chinach do 2,4 mld dol.

## Czy big data w marketingu to konieczność?

Mówi się, że co druga złotówka wydana na reklamę przepada. Skuteczna analiza i wykorzystanie baz danych daje podstawę, aby zmienić to powszechne przekonanie. Big Data bowiem pozwala wyłuskać wszelkie informacje o potencjalnych klientach i dostosować przekaz do konkretnej grupy, nawet osoby. Jak e to dane? Można je skategoryzować w trzy grupy: demografia, zainteresowania i zachowanie.

Tę pierwszą to informacje podstawowe o potencjalnym kliencie czy grupie docelowej jak wiek, płeć, ale także miejsce zamieszkania,

czy informacje o profilach w social mediach. Z kolei dane związane z zainteresowaniami, to na przykład facebookowe polubienia, odwiedzone witryny czy preferencje zakupowe. Zachowanie natomiast to aktywność w sklepie internetowym, czy sposób korzystania z aplikacji.

Zbieranie danych i ich analiza to jednak nie wszystko. Kluczem jest integracja danych, które tworzą spójny obraz o potencjalnym kliencie. Za to odpowiedzialni są specjaliści od marketingu, którzy muszą być w stanie połączyć dane z różnych źródeł i stworzyć spójny obraz o kliencie. To właśnie dzięki temu możliwe jest wykorzystanie danych do zwiększenia skuteczności kampanii reklamowych.

Strategia nie wystarczy, to skuteczność obrotów i efektywność kampanii. Kluczem jest integracja danych, które tworzą spójny obraz o potencjalnym kliencie. Za to odpowiedzialni są specjaliści od marketingu, którzy muszą być w stanie połączyć dane z różnych źródeł i stworzyć spójny obraz o kliencie. To właśnie dzięki temu możliwe jest wykorzystanie danych do zwiększenia skuteczności kampanii reklamowych.



Rafał Wyżyski  
Chief Data Officer w Reaktorze

# PRZYKŁADY OBECNOŚCI REKLAMOWEJ W RAPORTACH

oferujemy nie tylko klasyczne reklamy graficzne, ale także wizytówki firm oraz natywny content ekspercki

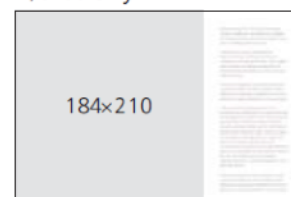
## SPECYFIKACJA REKLAM

- Formaty:
  - cała strona: 297×210 mm
  - 2/3 strony: 184×210 mm
  - 1/2 strony: 148×210 mm (pion) lub 297×103,48 mm (poziom)
  - 1/4 strony: 148×103,48 mm
- Rozdzielczość: 300 dpi
- Formaty: .tif, .eps, .pdf, .ai, .cdr (w przypadku formatów .eps, .cdr, .ai wszystkie czcionki należy zamienić na krzywe)

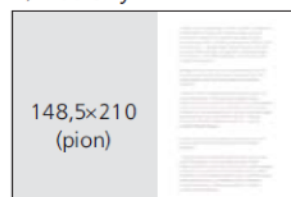
1 strona



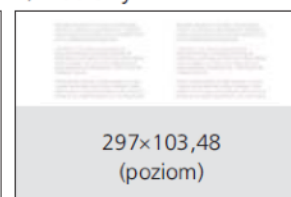
2/3 strony



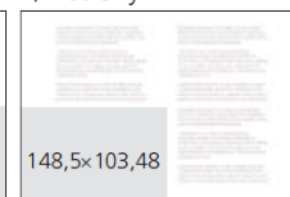
1/2 strony



1/2 strony



1/4 strony



RAPORT interaktywnie.com

# E-COMMERCE

STYCZEN 2020

SPONSOR GŁÓWNY: DIGITREE GROUP

POD PATRONATEM: WP interia onet BUSINESS INSIDER GAZETA.PL

## WIZYTÓWKI FIRM

### LemonMind

Adres: ul. Jankowa Dolna 81, 80-286 Gdańsk

Dane kontaktowe: E-mail: hello@lemonmind.com, Strona www: www.lemonmind.com, Telefon: +48 58 732 27 37

Opis działalności: Dostarczamy kompleksowe usługi z zakresu marketingu internetowego, projektowania i wdrażania sklepów internetowych oraz systemów PIM - Product Information Management. Oferujemy autorską platformę do wsparcia obsługi posprzedażowej w sklepach internetowych TeamFlowit. Współpracujemy ze znanymi firmami polskimi i zagranicznymi. Uwielbiamy również projekty dla rozwijających się firm lokalnych, które cenią sobie indywidualne, partnerskie podjęcie.

Wybrani klienci: PNP Intercey SA, Grupa LOTOS SA, Dr. Oetker Polska Sp. z o.o., Polbruk SA, Polska Żegluga Bałtycka SA (Pobłonie), Triff SA, Scania Polska SA, Gdański Uniwersytet Medyczny, Sprint SA, United Technologies, Greenpeace.

Raporty interaktywnie.com - E-commerce

## WIZYTÓWKI FIRM

### OSOM STUDIO

Adres: ul. Jarcza 47 lok. 7, 90-345 Łódź

Dane kontaktowe: E-mail: office@osomstudio.com, Strona www: www.osomstudio.com, Telefon: +48 791 169 208

Opis działalności: W OSOM STUDIO projektujemy e-sklepy z uwzględnieniem najnowszych trendów e-commerce. Rozwiązania, które proponujemy maksymalnie ułatwiają użyciem korzystanie ze strony zakupowej i zwiększają sprzedaż produktów. Dostarczamy spersonalizowany, dostosowany do klienta przekaz uruchamiamy procesy dystrybucji na dowolne rynki. Oferujemy wsparcie na każdym poziomie - od projektu, po całkowitą realizację i promocję. Zajmujemy się także projektowaniem funkcjonalnych stron internetowych, kompleksową obsługą marketingową oraz szeroko zakrojonym projektowaniem graficznym.

Wybrani klienci: eurobank, REA, Flori i Fawet, Agora, Graal, Kodak Alaris, BerghOFF, Palmer's Polska, Delta Electronics, Vivitek, Royal Caribbean, Uziqo Musta Lodi, Tree Development Group

### SalesTube

Adres: ul. Jerozolimskie 134, 02-305 Warszawa

Dane kontaktowe: E-mail: hello@saletube.pl, Strona www: www.saletube.pl, Telefon: 022 301 60 00

Opis działalności: SalesTube to pierwsza w Polsce firma, która kompleksowo zajmuje się biznesem e-commerce. Mijając SalesTube jest tworzenie e-handlu oraz wspieranie jego rozwoju na każdym etapie. Nasz zespół tworzą eksperci, którzy przez lata zdobywali doświadczenie pracując dla największych polskich i globalnych marek, jednocześnie rozwijając marki własne w ramach Group One.

Wybrani klienci: AZA Group, Kazar, Home.pl, Drogeria Natura, LOT, UPC, Grupa Wirtualna Polska

Raporty interaktywnie.com - E-commerce

## WIZYTÓWKI FIRM

### Sukces sklepu on-line - 2 z 3 czynników wystarczą

Sklepy internetowe nie wiodą samą. Oczekiem wymaga dużo pracy, aby odnieść sukces, ale bliżej potrzebny fakt, że cały czas mamy do czynienia z bardzo dużymi wzrostami w tej branży, jest on lepszy niż może się wydawać.

Prognozy na najbliższych 5 lat w obszarze polskiego rynku wskazują wzrosty na poziomie około 11% rocznie. Jest to tak naprawdę duża wartość, w której nie wszystko działa idealnie, aby sprawnie rozwijały się sklepy w tym obszarze.

Z mojej perspektywy istnieją 3 kluczowe czynniki, które mają wpływ na długi i stały rozwój sklepu. Tak długo jak dwa z nich są na wysokim poziomie, a trzeci nie odstrasza, sklep będzie się rozwijał.

- 1. Dobre produkty.** Pod tym pojęciem może kryć się wiele aspektów, które sprawią, że produkty oferowane przez sklep będą pożądane przez klientów.
  - Może to być: jakość, cena, dostępność lub inny specyficzny dla danej branży powód. Produkty powszechnie dostępne w internecie, cieszące się wysoką jakością, a posiadające zbliżone inne walory, będą chętniej wybierane przez klientów, a co za tym idzie również sklepy które je oferują.
- 2. Dobre sklepy.** Chodzi tutaj o platformę, na której zbudowany jest sklep. Ma ona bardzo duży wpływ na finalną satysfakcję klienta z zakupów. Platforma czasami umożliwia odpowiednie dopasowanie sklepu do danej branży (sklepy typu Saas). Bardziej rozbudowane platformy (Magento, CS-CART) posiadają setki modułów, przez co jest to proste.

Dobry sklep to taki, który nieustannie dopasowuje się do potrzeb klienta. Teni A/B i odpowiednia analiza są najlepszym sposobem aby mieć pewność, że widziane przez nas zmiany są tymi właściwymi.

Klient musi też mieć możliwość wyboru preferowanej formy płatności, kuriera, jedynym zdołaniem przycisnąć sklep, w którym chce zrobić zakupy i powrócić do niego.

- 3. Dobra obsługa klienta.** Ten punkt jest szczególnie istotny, jeśli coś w trakcie realizacji zamówienia poszło nie tak. Odpowiednia obsługa klienta może zaważyć na opini klienta. Jeśli obsługa sprawnie i kompleksowo rozwiąże problemy klienta, to może się okazać, że nawet pomimo początkowych problemów klient powróci do sklepu i poleci go znajomym. Najlepiej należy zadbać o umożliwienie szybkiego kontaktu. Musimy mieć pewność, że wszystkie udostępnione kanały kontaktu są skuteczne. Podane maile działają, trafiają do odpowiednich osób, a odpowiedzi są udzielane maksymalnie w ciągu 24h. Podane telefony działają w odpowiednich dla naszych klientów godzinach i dniach. Udzielane informacje spełniają oczekiwania klientów itd. Oprócz tego warto rozbudować skrzynkę PKC, a w stopce sklepu dodać linki do podstron opisujących poszczególne etapy procesu realizacji zamówienia. Unikajmy umieszczania informacji na ten temat tylko w regulaminie lub przekazywanie skłopotów zrywaniem z regulaminu. To powinna być treść przesyłana i dopasowana do naszych klientów.

Fala wzrostowa ograniczająca całą branżę nie będzie jednak trwać wiecznie. W pewnym momencie najcenniejsze sklepy online na line sprawi, że konkurencja stanie się jeszcze bardziej zacięta, a oczekiwania klientów wyższe. Warto więc dobrze wykorzystywać ten czas, aby już teraz zająć jak najlepsze miejsce na rynku i przyciągnąć klientów do swojego sklepu.

**Konrad Chojnacki**  
E-commerce Lead Saletube

Raporty interaktywnie.com - E-commerce

# HARMONOGRAM RAPORTÓW

zamów pakiet już dzisiaj, skorzystaj z dużych rabatów

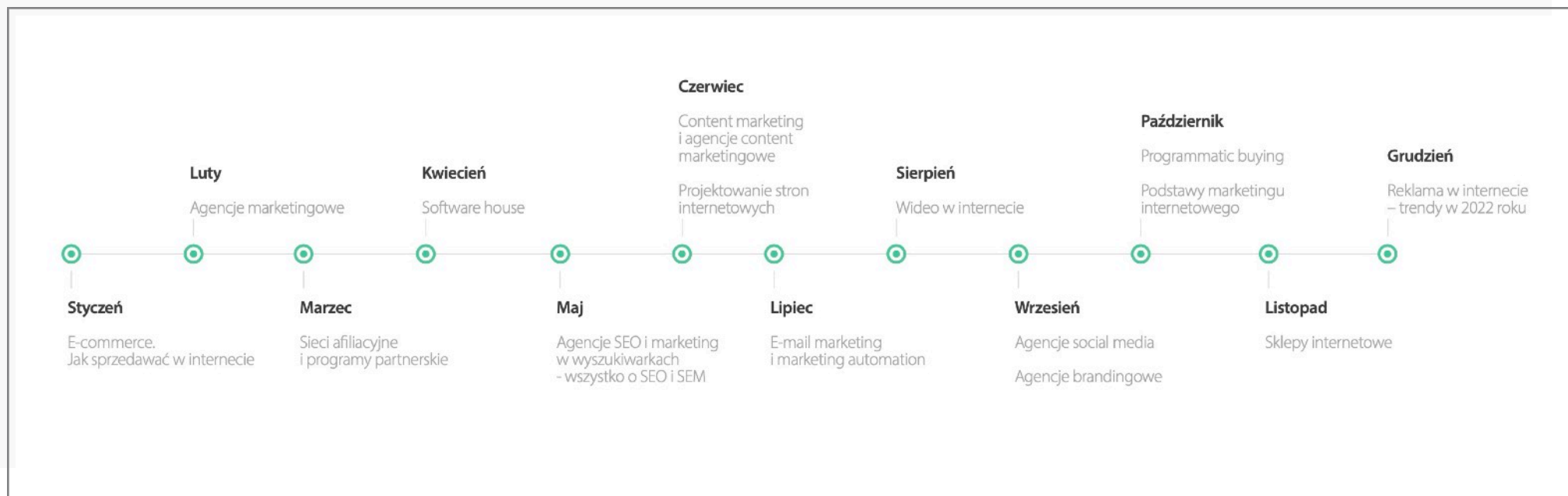
**W pakietach taniej!**

**Dostępne formaty reklamowe:**

- wizytówki firm,
- reklamy graficzne,
- wypowiedzi eksperckie,
- pakiety sponsorskie (np. logo na okładce i każdej stronie),
- artykuły promocyjne,
- indywidualne formaty niestandardowe.

**NOWOŚĆ!**

**Zamów promocję swoich ekspertów!**







**JAKUB  
KARCZMARCZYK**

**dyrektor działu reklamy  
Interaktywnie.com**

**jk@interaktywnie.com**

**tel.: 71 302 75 35  
kom.: 693 710 118**

# ZAPYTAJ O OFERTĘ

**przy zakupie pakietów reklamowych oferujemy rabaty**

Na następnych stronach prezentujemy ceny reklam w raportach oraz w serwisie Interaktywnie.com

- Jesteśmy elastyczni, jeśli chodzi o możliwość niestandardowego zaprezentowania firmy naszego partnera reklamowego.
- Nasi dziennikarze mogą również przygotować artykuł promocyjny Twojej firmy.
- Świadczymy także usługi content marketingowe.

**Skontaktuj się z nami!**

**Możemy zaproponować również reklamę  
natywną**



# ZAMÓW TERAZ

zanim ubiegnie Cię konkurencja

**JAKUB KARCZMARCZYK**

[jk@interaktywnie.com](mailto:jk@interaktywnie.com)

tel.: 71 302 75 35, kom.: 693 710 118