

WŁĄCZ WIDEO ▶

YouTube
możliwości reklamowe



YouTube jako kluczowy kanał dotarcia

- **YouTube to największa platforma wideo na świecie, z ok. 2,7 mld użytkowników miesięcznie.** Umożliwia markom dotarcie do niemal każdej grupy odbiorców każdego dnia
- **Platforma łączy funkcję agregatora kontentu, wyszukiwarki i medium społecznościowego,** gdzie użytkownicy aktywnie szukają opinii. Dzięki temu silnie wpływa na decyzje zakupowe
- YouTube działa na mobile'u, desktopie i telewizorach, towarzysząc użytkownikom przez cały dzień. **Zapewnia markom częsty i wieloplatformowy kontakt z odbiorcą**
- Silne społeczności i zaangażowanie wokół twórców zwiększają wiarygodność komunikacji. **To przestrzeń do budowania relacji, a nie tylko zasięgu**



Właśnie teraz Twój klient ogląda na YouTube treści, które kształtują jego wybory zakupowe

Czy Twoja marka ma wpływ na te decyzje?

włącz wideo ▶

YouTube to platforma, na której Twoi klienci podejmują decyzje zakupowe

YouTube to medium wybierane świadomie, generujące intencjonalne odtworzenia. Użytkownicy decydują się na konkretny kanał i konkretnego twórcę, a następnie spędzają z nim nawet kilkadziesiąt minut. To oznacza, że **Twoja marka trafia do zaangażowanego odbiorcy.**

- **Źródło opinii** – YouTube łączy agregator wideo, wyszukiwarkę i rekomendacje społecznościowe. Często jest pierwszym przystankiem przed decyzją zakupową, ale działa na różnych etapach lejka
- **Zaufanie do prowadzących** – silne osobowości hostów i powstające wokół nich społeczności budują relacje. Dzięki nim marka zostaje w pamięci znacznie dłużej niż po zwykłej reklamie
- **Wysoka dostępność** – odbiorcy korzystają z YouTube na różnych urządzeniach i w różnych trybach odtwarzania, co umożliwia marce wydłużony kontakt bez zmiany medium



Twoja grupa docelowa nas ogląda

Wirtualna Polska to największy polski wydawca na YouTube.
Przez lata zbudowaliśmy 15 kanałów Premium z widzami, którzy regularnie wracają, oglądają długo i ufają prowadzącym.

498 000 000 wyświetleń

na 15 kanałach Premium

w 2026 planowane 200 000 000

didaskalia

82%
mężczyźni

BALANS

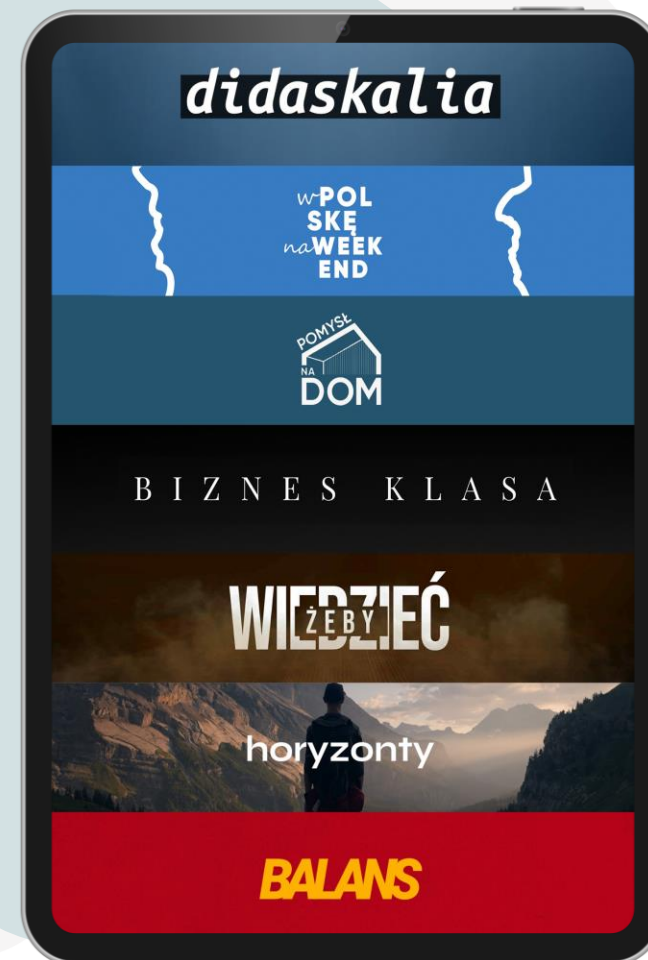
58%
kobiety

POMYSŁ
NA
DOM

69%
ogląda na TV

didaskalia

28 min. 20 sek.
śr. czas oglądania



Jesteśmy w każdej sferze życia

Włącz wideo ▶



Zaufanie do prowadzącego wzmacnia wiarygodność Twojej marki

Widz, który regularnie ogląda Łukasza Kijka czy Kubę Jankowskiego, nie traktuje go jak prezentera – to ktoś, komu ufa w sprawach finansów, biznesu czy domu. Kiedy taki prowadzący mówi o marce, buduje jej zaufanie. **Dlatego tak bardzo dbamy o wiarygodność naszych twórców – nagrody branżowe, weryfikacja gości i najwyższe standardy brand safety.**



Nowe kanały, nowi prowadzący

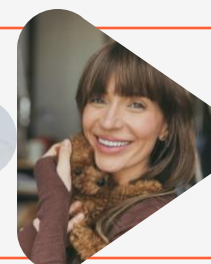
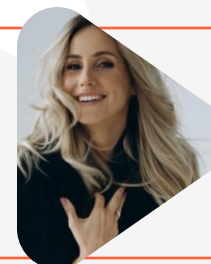
Miłość

Nikola Zbyszewska-Strus

Anna Dec

Paulina Mikuła

Uważne, nowoczesne bycie w relacji ze sobą, innymi i światem. W rytmie codzienności



BEZ DOKTRYNY

Zbigniew Parafianowicz

Marek Magierowski

Tam, gdzie decyzje wsparte są doświadczeniem, a na trudne pytania są tylko długie odpowiedzi



LUSTRA

Filip Borowiak

Michał Dziędzic

Inspirujące rozmowy z gwiazdami o kulisach ich życia i kariery



Zawodowcy

Damian Sobol

Bezkompromisowe rozmowy o kulisach nietypowych zawodów. Z trudnymi pytaniami i bez schematów



Przemysłana obecność marek

Dzięki integracji produktu z materiałem marka jest lepiej zapamiętywana. Długowieczność treści i multiplatformowy dostęp sprawiają, że jedno lokowanie działa przez wiele miesięcy. A badania pokazują, że odbiorcom wielu treści YouTube'owych reklamy nie tylko nie przeszkadzają, ale też chętnie sięgają oni po produkty rekomendowane przez prowadzących*.

W Wirtualnej Polsce skutecznie wykorzystujemy potencjał YouTube, dopasowując kanały, twórców oraz formaty do celów i potrzeb marek.

Wykorzystaj z nami potencjał reklamowy społeczności zgromadzonych wokół naszych kanałów YouTube

Poznaj nasze kanały YouTube



Marki, które budują z nami swoje historie

Partnerzy strategiczni

BIZNES KLASA



Bank Polski

BALANS



Bank Pekao

horyzonty



KRISHOME

Partnerzy



wakacje.pl



WŁĄCZ WIDEO ▶

Lifestyle



Miłość

„Miłość” to przestrzeń o relacji ze sobą, z innymi i ze światem wokół. O uważności, równowadze i codzienności, którą można przeżywać pełniej. To filozofia życia oparta na mindfulness i well-beingu – bliżej siebie, swoich emocji i tego, co naprawdę ważne. Miejsko, nowocześnie, w Twoim rytmie.

Prowadzące: Anna Dec, Nikola Zbyszewska-Strus, Paulina Mikuła

Grupa docelowa:

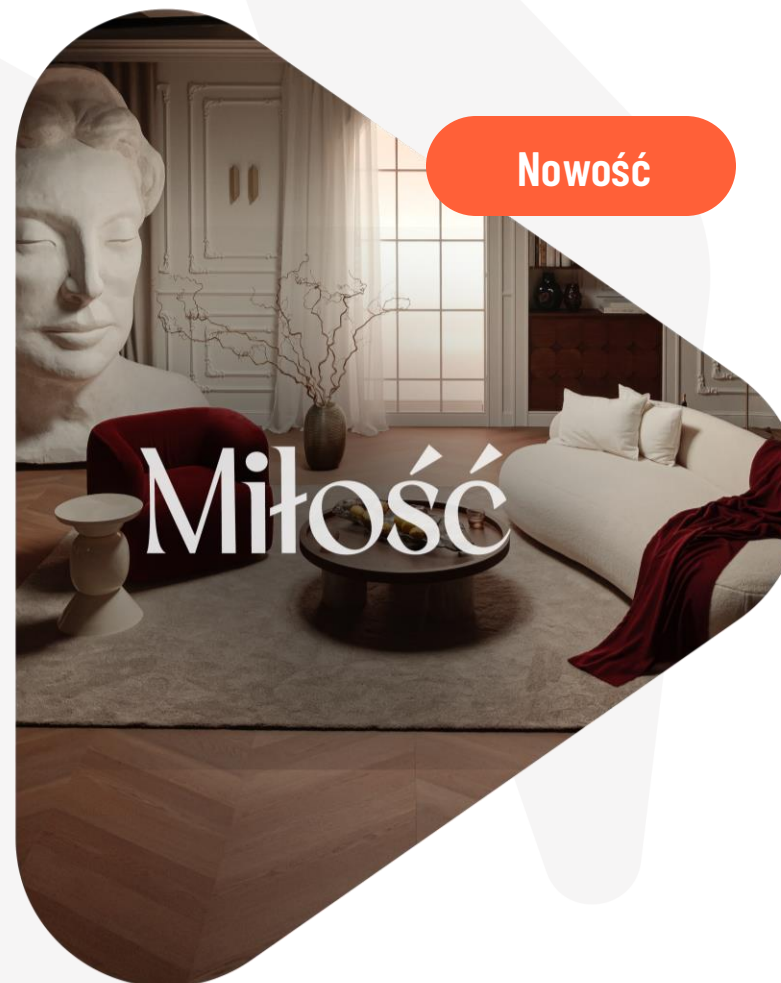
Kobiety w wieku 25-54 lata

Dystrybucja i promocja:

- YT „Miłość”: emisja pełnego odcinka + min. 2 dedykowane YT Shorts;
- Strona Główna WP: promocja każdego wideo;
- Facebook: promocja odcinka na dedykowanym kanale w formie dedykowanych wideo – min. 1 wideo

Częstotliwość: 2 odc./tydz.

Długość trwania odcinka: 50 min.



Miłość

Formy obecności klienta:

- Sponsor główny,
- Lokowanie produktu/marki,
- Lokowanie eksperta,
- Plansze sponsorskie,
- Belki sponsorskie,
- Kreacje reklamowe w formacie L-Screen

Nowość



Premiera: kwiecień 2026

Lustra

„Lustra” to przestrzeń pogłębionych, inspirujących rozmów ze znanymi i lubianymi postaciami polskiego show-biznesu, w których zaglądamy za kulisy ich życia i kariery. Na kanale znajdziecie różnorodne formaty, w tym wywiady Filipa Borowiaka publikowane w każdy czwartek oraz co dwa tygodnie w poniedziałek odcinki formatu Michała Dziejzica „Portret”. **Prowadzący: Filip Borowiak, Michał Dziejzic**

Grupa docelowa:

Kobiety w wieku 25-54 lata

Dystrybucja i promocja:

- YouTube Lustra: emisja pełnego odcinka + min. 1 dedykowane YT Shorts;
- Serwis WP Kobieta: publikacja całego odcinka w dedykowanym artykule;
- Serwisy Pudelek.pl, Jastrząb Post, WP Wiadomości: promocja odcinka w tekstach kontekstowych w formie publikacji fragmentów odcinka;
- Instagram, Facebook, TikTok: promocja odcinka na kanałach "WP Kobieta", „Lustra”, "Jastrząb Post" w formie dedykowanych postów i/lub wideo

Nowość**LUSTRA****24 800** subskrybentów**Średnie wyświetlenia/odc.:**
60 000**Częstotliwość: 3 odc./2 tyg.****Długość trwania odcinka: 60-90 min.**

Lustra

Formy obecności klienta:

- Sponsor główny,
- Lokowanie produktu/marki,
- Lokowanie eksperta,
- Plansze sponsorskie,
- Belki sponsorskie,
- Kreacje reklamowe w formacie L-Screen

Zaufali nam:

briju
od 1920



Balans

Rozmowy z ekspertami o tym, jak odnaleźć równowagę między życiem zawodowym i prywatnym oraz jak budować satysfakcję w obszarze emocjonalnym. Format kierowany głównie do Kobiet 25+. **Prowadzący: Kuba Jankowski**

Profil odbiorcy:

Kobiety 56%, Mężczyźni 44%

Wiek: 25-34: 30%, 35-44: 30%, 45-54: 19%, 55+: 15%

Dystrybucja i promocja:

- YT "Balans": emisja pełnego odcinka + dedykowane YT Shorts;
- Audioteka: emisja pełnego odcinka;
- Serwis WP Kobieta: publikacja całego odcinka w dedykowanym artykule oraz promocja odcinka w tekstach kontekstowych w formie publikacji fragmentów odcinka;
- TikTok: promocja odcinka na kanale @balans_youtube w formie dedykowanych wideo;
- Instagram: promocja odcinka na kanale WP Kobieta w formie dedykowanych postów i wideo

BALANS

Częstotliwość: 1 odc./tydz.

Długość trwania odcinka: 60-80 min.

306 000 subskrybentów

Średnie wyświetlenia/odc.:
110 000

Balans

Formy obecności klienta:

- Lokowanie produktu/marki,
- Lokowanie eksperta,
- Plansze sponsorskie,
- Belki sponsorskie,
- Kreacje reklamowe w formacie L-Screen

Zaufali nam:



Pomysł na dom

Prezentujemy intrygujące projekty domów i mieszkań – od letniskowych konstrukcji za niewielki budżet po nowoczesne rezydencje warte miliony. Program doradza, jak budować w różnych technologiach i inspirować w urządzeniu wnętrz. Grupa docelowa „Pomysł na dom” to poszukujący inspiracji i praktycznych rozwiązań związanych z budową i urządzeniem wnętrz oraz ogrodu. **Prowadzący: Kuba Jankowski**

Profil odbiorcy:

Kobiety 34%, Mężczyźni 66%

Wiek: 25-34: 28%, 35-44: 29%, 45-54: 20%, 55+: 18%

Dystrybucja i promocja:

- YT "Pomysł na dom": emisja pełnego odcinka;
- Serwis tematyczny WP: promocja odcinka w tekstach kontekstowych w formie publikacji fragmentów odcinka;
- Facebook: promocja odcinka na kanale "Pomysł na dom" w formie dedykowanych wideo;
- Instagram: promocja odcinka na kanale "Pomysł na dom" w formie dedykowanych postów i wideo.

Częstotliwość: 1 odc./na 2 tyg.

Długość trwania odcinka: ok. 20 min.



207 000 subskrybentów

Średnie wyświetlenia/odc.:
130 000

Pomysł na dom

Formy obecności klienta:

- Odcinek dedykowany,
- Lokowanie produktu/marki,
- Lokowanie eksperta,
- Plansze sponsorskie,
- Kreacje reklamowe w formacie L-Screen

Zaufali nam:



W 2021 roku zostaliśmy wyróżnieni **nominacją do nagrody GRAND VIDEO AWARDS** za odcinek Spektakularny dom w górach w kategorii: Hobby, podróże, sport



W Polskę na weekend

Odkrywamy nieoczywiste zakątki Polski, od małych miasteczek i wsi po malownicze pustkowia. Odpowiadamy na pytanie „Gdzie wyjechać na weekend?” – prezentując turystyczne perełki i inspirując do poznawania na nowo naszego kraju samotnie, w parze lub w rodzinnym gronie. Format zdobył olbrzymią popularność na TikToku klasyfikując się do TOP 3 polskich kanałów związanych z regionalną turystyką. **Prowadzący: Klaudiusz Michalec**

Profil odbiorcy:

Kobiety 25%, Mężczyźni 75%

Wiek: 25-34: 21%, 35-44: 29%, 45+: 44%

Dystrybucja i promocja:

- YT "W Polskę na weekend": emisja pełnego odcinka + min. 1 dedykowany YT Shorts;
- Serwis O2: publikacja całego odcinka w dedykowanym artykule;
- Serwis WP Turystyka: promocja odcinka w tekstach kontekstowych w formie publikacji fragmentów odcinka - min. 2 wideo;
- TikTok: promocja odcinka na kanale "W Polskę na Weekend" w formie dedykowanych wideo - min. 1 wideo

W
POL
SKĘ
na
WEEK
END

47 200 subskrybentów

Częstotliwość: 1 odc./tydz.

Długość trwania odcinka: ok. 20 min.

Średnie wyświetlenia/odc.: 35 000

W Polskę na weekend

Formy obecności klienta:

- Lokowanie produktu/marki,
- Lokowanie eksperta,
- Plansze sponsorskie,
- Belki sponsorskie,
- Kreacje reklamowe w formacie
- L-Screen, odcinek dedykowany

Zaufali nam:



*na serwisach redakcyjnych i kanałach social mediowych (TikTok), w tym min. 30 000 wyświetleń na kanale YT

WŁĄCZ
WIDEO ▶

Rozrywka



Stare zdjęcia gwiazd

"Stare zdjęcia gwiazd" to podróż po najgłębszych archiwach show-biznesu, podczas której celebryci mierzą się z przeszłością i mają szansę powspominać z humorem "stare, dobre czasy": początki medialnej działalności, modowe wpadki i kluczowe momenty ich karier. Stare zdjęcia służą często do zawstydzania gwiazd - w tym formacie goście mają szansę pokazać swój dystans i oddać się niczym nieskrępowanej nostalgii.

Prowadzący: Piotr "Grabari" Grabarczyk

Grupa docelowa:

Kobiety: 74,3%, Mężczyźni: 25,7%

Wiek: 25-34: 19,2%; 35-44: 21,4%; 45-55: 19,6%; 55-64: 16,6%; 65+: 17,7

Dystrybucja i promocja:

- YT „Pudelek”: emisja pełnego odcinka + min. 2 dedykowane YT Shorts;
- Strona Główna WP: promocja każdego wideo;
- Pudelek.pl
- Facebook: promocja odcinka na dedykowanym kanale w formie dedykowanych wideo – min. 1 wideo

Częstotliwość: 1 odc./tydz.

Długość trwania odcinka: 35 min.



Stare zdjęcia gwiazd

Formy obecności klienta:

- Sponsor główny,
- Lokowanie produktu/marki,
- Lokowanie ambasadora,
- Plansze sponsorskie,
- Kreacje reklamowe w formacie L-Screen



*na wszystkich serwisach redakcyjnych i kanałach social mediowych (TikTok, Instagram, Facebook), w tym min. 50 000 wyświetleń na kanale YouTube'owym

Didaskalia

„Didaskalia” to przestrzeń spotkań z ekspertami i decydentami, poświęcona zagadnieniom politycznym, społecznym i naukowym. Rzetelne wywiady i przenikliwe analizy czynią z programu ważny głos w dyskusji o sprawach kluczowych dla współczesnego społeczeństwa. **Prowadzący: Patrycjusz Wyżga**

Profil odbiorcy:

Kobiety 18%, Mężczyźni 82%

Wiek: 25-34: 21%, 35-44: 27%, 45-54: 25%, 55+: 23%

Dystrybucja i promocja:

- YT "Didaskalia": emisja pełnego odcinka + min. 2 dedykowane YT Shorts;
- Audioteka: emisja pełnego odcinka;
- Strona Główna WP.pl: promocja każdego wideo;
- Facebook: promocja odcinka na kanale "Wiadomości WP" w formie dedykowanych wideo – min. 1 wideo;
- TikTok: promocja odcinka na kanałach "WP" i "WP News" w formie dedykowanych wideo – min. 1 wideo

Częstotliwość: 1 odc./tydz.

Długość trwania odcinka: ok. 60 min.

didaskalia

420 000 subskrybentów

Średnie wyświetlenia/odc.:
320 000

Didaskalia

Formy obecności klienta:

- Lokowanie produktu/marki,
- Lokowanie eksperta,
- Plansze sponsorskie,
- Belki sponsorskie,
- Kreacje reklamowe w formacie L-Screen

Zaufali nam:



Żeby wiedzieć

„Żeby Wiedzieć” to rozwijany przez Wirtualną Polskę kanał/brand wideo oparty na rozmowach pogłębiających wiedzę o geopolityce, konfliktach, bezpieczeństwie i szerzej: procesach społecznych, gospodarczych oraz historycznych. Tu poznasz tło wydarzeń, które codziennie trafiają na nagłówki – i zobaczysz, jak naprawdę działa świat, gdy gasną kam. Prowadzącym głównego pasma jest Paweł Pawłowski, a od marca 2026 kanał poszerza ofertę o nowy format historyczny „Dzieje” z Marcinem Giełzakiem. **Prowadzący: Paweł Pawłowski, Marcin Giełzak**

Profil odbiorcy:

Kobiety 16%, Mężczyźni 84%

Wiek: 25-34: 14%, 35-44: 22%, 45-54: 26%, 55+: 33%

Dystrybucja i promocja:

- YT „Żeby wiedzieć”: emisja pełnego odcinka + min. 2 dedykowane YT Shorts;
- Strona Główna WP: promocja każdego wideo;
- Facebook: promocja odcinka na dedykowanym kanale w formie dedykowanych wideo – min. 1 wideo

Częstotliwość: 2 odc./tydz.

Długość trwania odcinka: 60-120 min.

Średnie wyświetlenia/odc.: 75 000

Nowość

WIEDZIEĆ
ŻEBY
@zebywiedziec

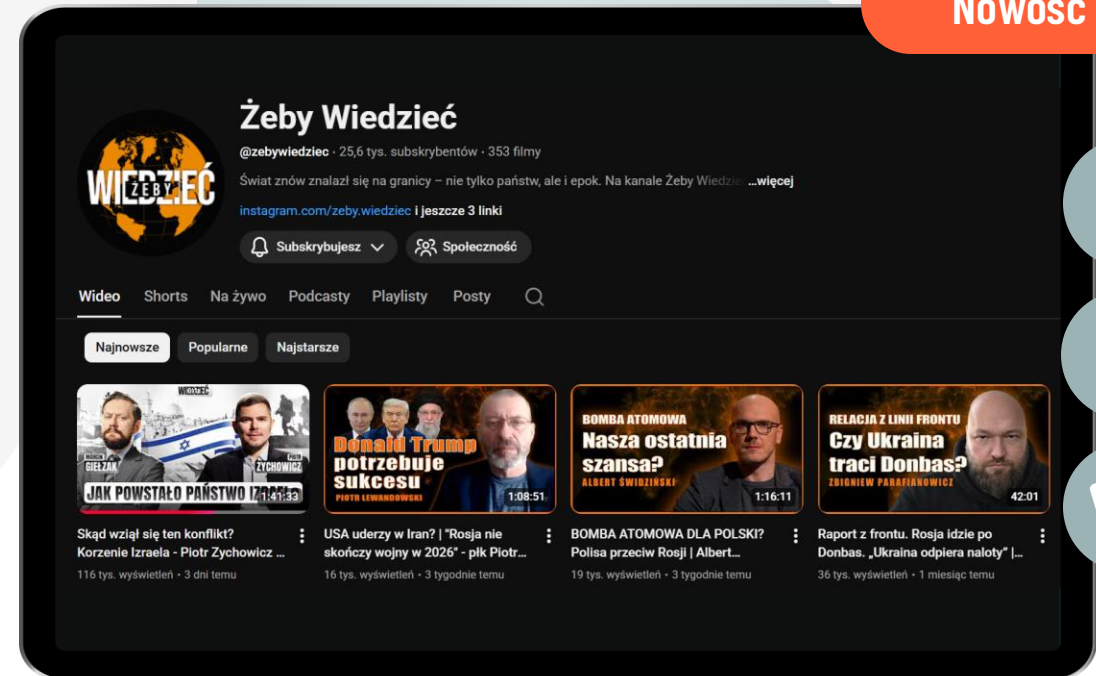
35 400 subskrybentów

Żeby wiedzieć

Formy obecności klienta:

- Lokowanie produktu/marki,
- Kokowanie eksperta,
- Plansze sponsorskie,
- Belki sponsorskie,
- Kreacje reklamowe w formacie L-Screen

Nowość



*na wszystkich serwisach redakcyjnych i kanałach social mediowych (Instagram, Facebook), w tym min. 70 000 wyświetleń na kanał YouTube'owym

Bez Doktryny

Świat nie zmienia się w raportach. Zmienia się na froncie i przy stołach negocjacyjnych, za zamkniętymi drzwiami. Jeden widział wojnę z bliska: Bagdad, Kabul, Kijów. Drugi negocjował tam, gdzie zapadają decyzje: w Waszyngtonie i Jerozolimie. Gdy stare doktryny zawodzą, zostają pytania, na które nikt nie chce odpowiadać. **Prowadzący: Marek Magierowski i Zbigniew Parafianowicz**

Profil odbiorcy:

Kobiety 15%, Mężczyźni 85%

Wiek: 25-34: 11%, 35-44: 24%, 45-54: 28%, 55+: 35%

Dystrybucja i promocja:

- YT „Bez Doktryny”: emisja pełnego odcinka + min. 2 dedykowane YT Shorts;
- Strona Główna WP: promocja każdego wideo;
- Facebook: promocja odcinka na dedykowanym kanale w formie dedykowanych wideo – min. 1 wideo

Częstotliwość: 1 odc./tydz.

Długość trwania odcinka: ok. 20 min.

Nowość

**BEZ
DOKTRYNY**

18 700 subskrybentów

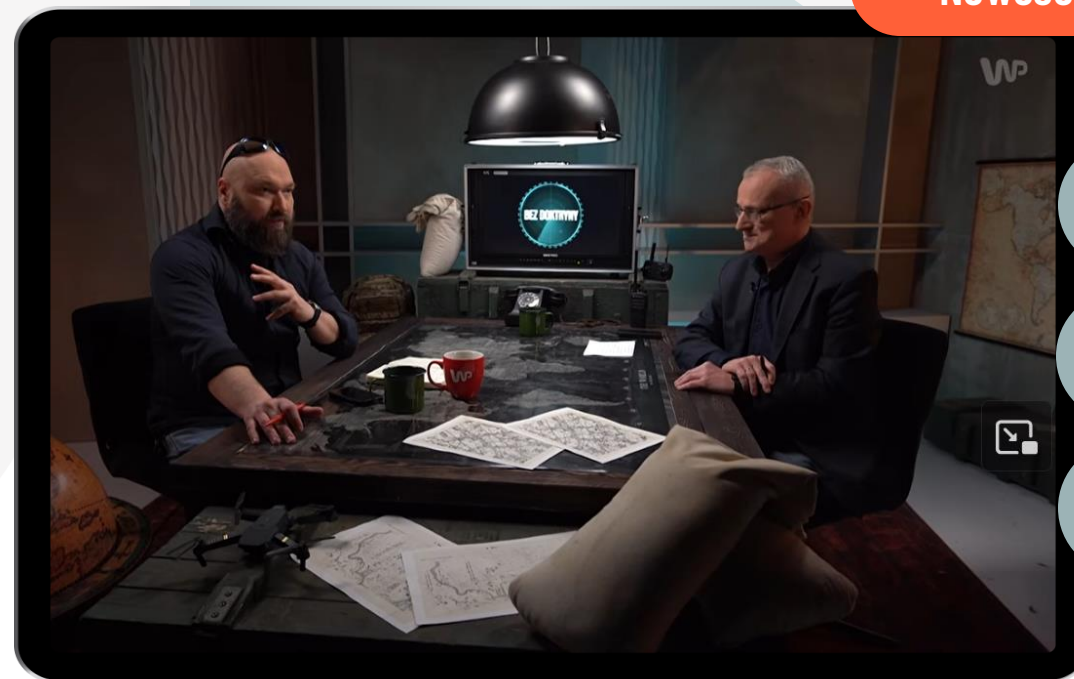
Średnie wyświetlenia/odc.: 60 000

Bez Doktryny

Formy obecności klienta:

- Lokowanie produktu/marki,
- Lokowanie eksperta,
- Plansze sponsorskie,
- Belki sponsorskie,
- Kreacje reklamowe w formacie L-Screen

Nowość



WŁĄCZ WIDEO ▶

Biznes i finanse



Biznes Klasa

Rozmowy z liderami polskiej gospodarki oraz branży finansowej. Goście dzielą się wiedzą, doświadczeniem i receptami na sukces w biznesie, jednocześnie wskazują na najważniejsze trendy, które kształtują współczesny rynek. **Prowadzący: Łukasz Kijek** - redaktor naczelny money.pl

Profil odbiorcy:

Kobiety 39%, Mężczyźni 61%

Wiek: 25-34: 17%, 35-44: 25%, 45-54: 22%, 55+: 31%

Dystrybucja i promocja:

- YT "Biznes Klasa": emisja pełnego odcinka + min. 2 dedykowane YT Shorts
- Serwis Money.pl: promocja odcinka w tekstach kontekstowych w formie publikacji fragmentów odcinka - min. 2 wideo
- Facebook: promocja odcinka na kanale "Biznes Klasa" w formie dedykowanych wideo - min. 2 wideo
- Instagram i LinkedIn: promocja odcinka na kontach Money.pl w formie dedykowanych postów/wideo - min. 2 publikacje
- Open.fm oraz na Spotify, Audioteka - publikacje audio

Częstotliwość: 1 odc./tydz.

Długość trwania odcinka: ok. 60 min.

B I Z N E S K L A S A

143 000 subskrybentów

Średnie wyświetlenia/odc.:

100 000

Biznes Klasa

Formy obecności klienta:

- Sponsor główny,
- Lokowanie produktu/marki,
- Lokowanie eksperta,
- Odcinek dedykowany,
- Plansze sponsorskie,
- Belki sponsorskie,
- Kreacje reklamowe w formacie L-Screen

Zaufali nam:



Bank Polski



MAZDA



komputronik



Mercedes-Benz

OTOMOTO

OCHNIK



*na wszystkich serwisach redakcyjnych i kanałach social mediowych (TikTok, Instagram, Facebook), w tym min. 70 000 wyświetleń na kanale YouTube'owym

Biznes Klasa Young

„Biznes Klasa Young” to program, w którym prowadzący rozmawia z młodymi przedsiębiorcami, którzy osiągnęli sukces w młodym wieku. Goście dzielą się swoimi doświadczeniami, opowiadają o drodze do sukcesu oraz wskazują trendy i pomysły, które kształtują nowoczesny biznes. Program prowadzony w ramach kanału „Biznes Klasa”. **Prowadzący: Łukasz Kijek**

Profil odbiorcy:

Kobiety 20%, Mężczyźni 80%

Wiek: 25-34: 20%, 35-44: 40%, 45-54: 26%, 55+:6%

Dystrybucja i promocja:

- YT "Biznes Klasa": emisja pełnego odcinka + min. 2 dedykowane YT Shorts
- Serwis Money.pl: promocja odcinka w tekstach kontekstowych w formie publikacji fragmentów odcinka - min. 2 wideo
- Facebook: promocja odcinka na kanale "Biznes Klasa" w formie dedykowanych wideo - min. 2 wideo
- Instagram i LinkedIn: promocja odcinka na kontach Money.pl w formie dedykowanych postów/wideo - min. 2 publikacje
- Open.fm oraz na Spotify, Audioteka - publikacje audio

Częstotliwość: on demand

Długość trwania odcinka: ok. 60 min.

B I Z N E S K L A S A

143 000 subskrybentów

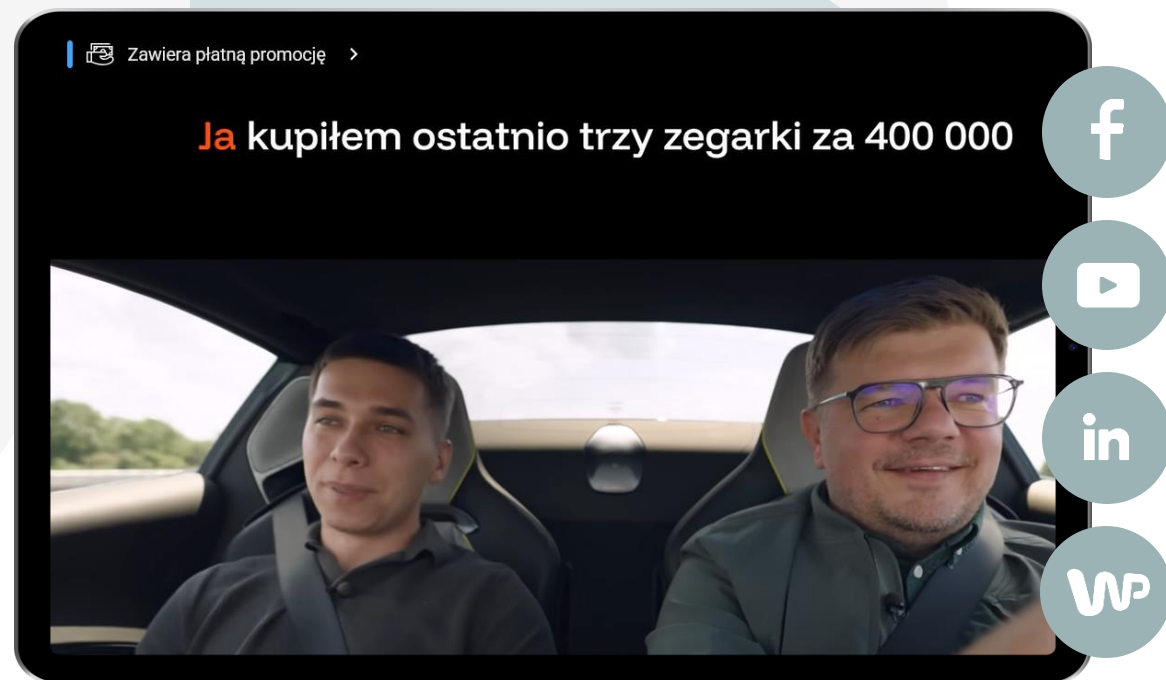
Średnie wyświetlenia/odc.: 60 000

Biznes Klasa Young

Formy obecności klienta:

- Lokowanie produktu/marki,
- Lokowanie eksperta,
- Odcinek dedykowany,
- Plansze sponsorskie,
- Belki sponsorskie,
- Kreacje reklamowe w formacie L-Screen

Zaufali nam:



Horyzonty

Format, w którym wprowadzamy widzów w fascynującą podróż po świecie biznesu i oszczędności. Przedstawia jak funkcjonuje polski rynek ekonomiczny, wyjaśnia aktualną sytuację gospodarczą oraz omawia wydarzenia, które budzą powszechne zainteresowanie z zakresu finansów. **Prowadzący: Patrycjusz Wyżga**

Profil odbiorcy:

Kobiety 25%, Mężczyźni 75%

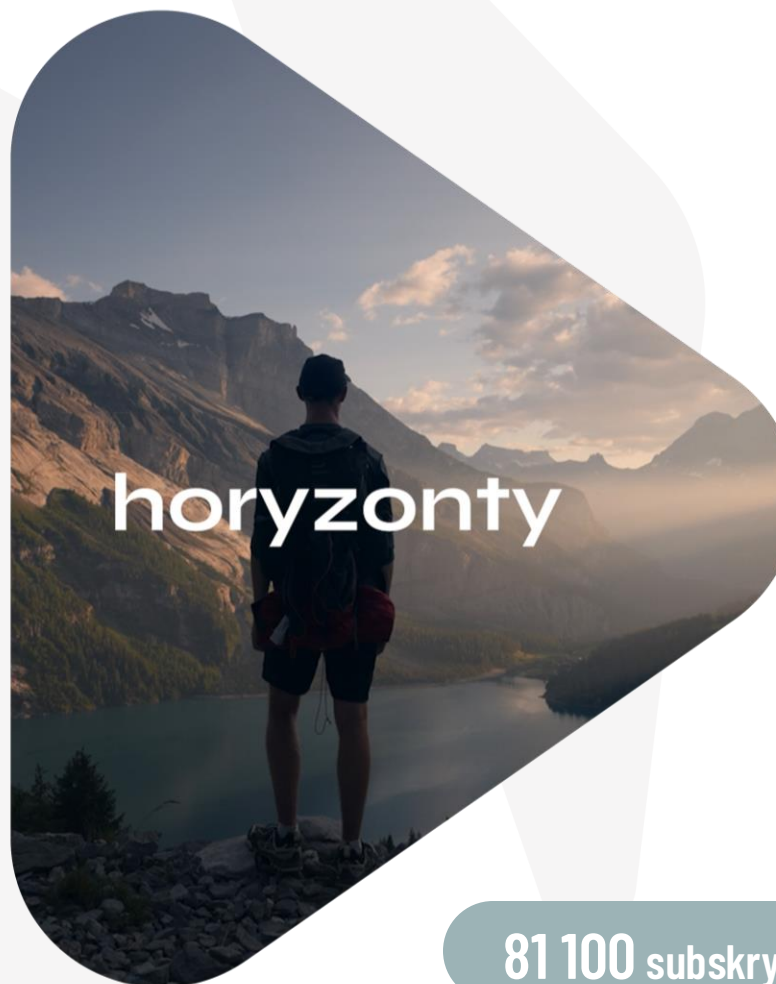
Wiek: 25-34: 23%, 35-44: 33%, 45-54: 25%, 55+: 15%

Dystrybucja i promocja:

- YT "Horyzonty": emisja pełnego odcinka + min. 2 dedykowane YT Shorts;
- Serwis Money.pl: promocja odcinka w tekstach kontekstowych w formie publikacji fragmentów odcinka - min. 2 wideo;
- Facebook: promocja odcinka na kanale "Horyzonty" w formie dedykowanych wideo - min. 2 wideo;
- Instagram i LinkedIn: promocja odcinka na kontach Money.pl w formie dedykowanych postów/wideo - min. 2 publikacje

Częstotliwość: 1 odc./tydz.

Długość trwania odcinka: ok. 60 min.



81 100 subskrybentów

Średnie wyświetlenia/odc.:
120 000

Horyzonty

Formy obecności klienta:

- Lokowanie produktu/marki,
- Lokowanie eksperta,
- Odcinek dedykowany,
- Plansze sponsorskie,
- Belki sponsorskie,
- Kreacje reklamowe w formacie L-Screen

Zaufali nam:



*na wszystkich serwisach redakcyjnych i kanałach social mediowych (TikTok, Instagram, Facebook), w tym min. 50 000 wyświetleń na kanale YouTube'owym

Zawodowcy

„Zawodowcy” to kanał, który odkrywa kulisy różnych profesji – bez filtrów i utartych schematów. Prowadzący wchodzi w świat konkretnych zawodów, rozmawia z ich przedstawicielami i zadaje pytania, które rzadko padają na głos – trudne, nieoczywiste, a często najbardziej interesujące. **Prowadzący: Damian Sobol**

Profil odbiorcy:

Kobiety 25%, Mężczyźni 75%

Wiek: 25-34: 20%, 35-44: 30%, 45+: 46%

Dystrybucja i promocja:

- YT „Zawodowcy”: emisja pełnego odcinka + min. 2 dedykowane YT Shorts;
- Strona Główna WP: promocja każdego wideo;
- Facebook: promocja odcinka na dedykowanym kanale w formie dedykowanych wideo – min. 1 wideo.

Częstotliwość: 1 odc./tydz.

Długość trwania odcinka: 20-30 min.

Nowość



Zawodowcy

3 500 subskrybentów

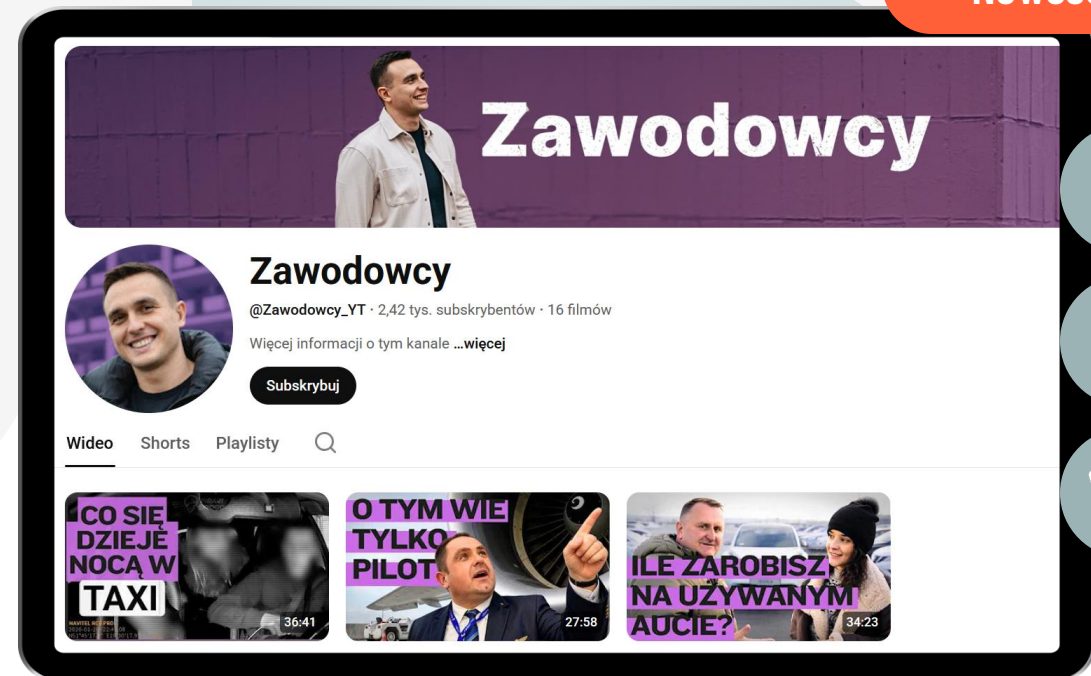
Średnie wyświetlenia/odc.:
100 000

Zawodowcy

Formy obecności klienta:

- Lokowanie produktu/marki,
- Lokowanie eksperta,
- Plansze sponsorskie,
- Belki sponsorskie,
- Lreacje reklamowe w formacie L-Screen.

Nowość



*na wszystkich serwisach redakcyjnych i kanałach social mediowych (Instagram, Facebook), w tym min. 20 000 wyświetleń na kanale YouTube'owym

WŁĄCZ WIDEO ▶

Sport



Klatka po klatce

Najnowsze wiadomości, relacje z gal MMA i pogłębione rozmowy z ludźmi ze świata sportów walki – wszystko dla zaangażowanych fanów szukających emocji i aktualności. **Prowadzący: Artur Mazur**

Profil odbiorcy:

Kobiety 15%, Mężczyźni 85%

Dystrybucja i promocja:

- Serwis WP SportoweFakty: publikacja całego odcinka w dedykowanym artykule oraz promocja każdego odcinka na serwisie – min. 2 x dodatkowe wideo do odcinka;
- YouTube "Klatka po klatce": emisja pełnego odcinka + min. 2 dedykowane YT Shorts;
- Facebook i Instagram: publikacja fragmentów każdego odcinka na kanale "WP SportoweFakty" – min. 2 x dedykowane wideo

Częstotliwość: 1 odc./tydz.

Długość trwania odcinka: 10 / 30 / 60 min.



**KLATKA PO
KLATCE**

28 300 subskrybentów

Na Facebooku: **877 000** obserwujących

Klatka po klatce

Formy obecności klienta:

- Lokowanie produktu/marki,
- Lokowanie ambasadora,
- Odcinek dedykowany,
- Plansze sponsorskie,
- Belki sponsorskie,
- Kreacje reklamowe w formacie L-Screen

Zaufali nam:

CANAL+



WP Sportowe Fakty

Najważniejsze wiadomości ze świata sportu. Żużel, Siatkówka Piłka nożna, koszykówka, sporty walki i więcej – krótko, konkretnie, na temat. Statystyki, historie i fakty. **Prowadzący: Paweł Wilkowicz**

Profil odbiorcy:

Kobiety 18%, Mężczyźni 82%

Wiek: 25-34: 21%, 35-44: 24%, 45-54: 25%, 55+: 28%

Dystrybucja i promocja:

- Serwis WP SportoweFakty: publikacja całego odcinka w dedykowanym artykule oraz promocja każdego odcinka na serwisie – min. 2 x dodatkowe wideo do odcinka;
- YouTube „WP Sportowe Fakty” emisja pełnego odcinka + min. 2 dedykowane YT Shorts;
- Facebook i Instagram: publikacja fragmentów każdego odcinka na kanale "WP SportoweFakty" – min. 2 x dedykowane wideo



WP SportoweFakty

35 200 subskrybentów

Na Facebooku: 877 000 obserwujących

Częstotliwość: 1 odc./tydz.

Długość trwania odcinka: 10 / 30 / 60 min.

WP Sportowe Fakty

Formy obecności klienta:

- Lokowanie produktu/marki,
- Lokowanie ambasadora,
- Odcinek dedykowany,
- Plansze sponsorskie,
- Kreacje reklamowe w formacie L-Screen



**WŁĄCZ
WIDEO ▶**

**Zapraszamy do
współpracy**

Biuro Reklamy Wirtualna Polska Media S.A. ul. Żwirki i Wigury 16, 02-092 Warszawa

www.reklama.wp.pl reklama@grupawp.pl

Wszelkie prawa zastrzeżone. Wszelkie treści zamieszczone w niniejszym dokumencie stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa Wirtualna Polska Media S.A. oraz przedmiot praw autorskich lub/i licencji przysługujących Wirtualna Polska Media S.A. lub/i innym osobom i podlegają ochronie prawnej wynikającej w szczególności z ustawy z dnia 16.04.1993r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji oraz ustawy z dnia 04.02.1994r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Zwielokrotnianie lub/i rozpowszechnianie lub/i inne wykorzystywanie niniejszego dokumentu lub jakiegokolwiek jego części, bez względu na sposób lub formę tego zwielokrotnienia lub/i rozpowszechniania lub/i wykorzystania, wymaga uprzedniej pisemnej zgody Wirtualna Polska Media S.A.

Dokument niniejszy nie stanowi oferty w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 23.04.1964r. kodeks cywilny

Przedstawiona propozycja współpracy, wraz z towarzyszącą jej wyceną, pozostaje ważna przez 30 dni od daty jej przesłania lub prezentacji. Po upływie tego terminu oferta może zostać zaktualizowana lub zmieniona.