


[Nasz gość](#)[Z prasy](#)[Hyde Park](#)[Wydarzenia](#)[Z banków](#)[Ludzie](#)[Artykuły i badania](#)[Ubezpieczenia](#)[Fundusze](#)[Testy PRNews](#)[» PR News](#)[Z mediów](#)[Reklama](#)[Public Relations](#)[Internet](#)[Wydarzenia](#)[Ludzie](#)[Telekomunikacja](#)[Badania marketingowe](#)[Newsletter](#)[Praca!](#)

10 milionów Internautów w sieci ARBOMedia Polska

 Wyślij artykuł
znajomym » .2006 13:01

Według marcowych wyników badania Megapanel PBI/Gemius, ARBOMedia Polska dociera do 10 676 090 osób (real users). Zasięg sieci wyniósł 87,06% polskich internautów.



W chwili obecnej tylko sieciom reklamowym i wyszukiwarce Google.pl udało się przekroczyć magiczną liczbę 10 mln real users, nie dokonał tego jeszcze żaden z polskich portali.

Zainteresowanie internautów witrynami tematycznymi rośnie szybciej niż zainteresowanie portalami. Tym samym pozycja sieci reklamowych na polskim rynku reklamy online sukcesywnie się umacnia. W „zasięgowej czołówce” od dłuższego czasu utrzymują się trzy z nich.

ARBOMedia jest jednym z najdynamiczniej rozwijających się podmiotów reklamy internetowej pod względem zasięgu. Od początku badania MEGAPANEL PBI/Gemius, czyli od października 2004 roku, ilość unikalnych użytkowników tej sieci wzrosła ponad dwukrotnie. W tym samym czasie ilość wszystkich internautów w Polsce wzrosła o 35%. Na uwagę zasługują fakt, iż najwięcej nowych użytkowników zyskują sieci reklamowe, mniejsze portale: gazeta.pl i o2 oraz wyszukiwarka Google.pl. Największe portale wertykalne WP i ONET zyskały niewiele więcej niż cały rynek.

Ruch w polskim Internecie mierzony liczbą odsłon wzrósł w analizowanym okresie o blisko 150%. Najwięcej zyskały sieci reklamowe oraz wyszukiwarka Google.pl. Świadczy to o zmianie sposobu korzystania z Internetu w Polsce. Google, który przez wielu jest postrzegany jako zagrożenie dla sieci, przyczynia się także w widoczny sposób do wzrostu popularności serwisów tematycznych. Bardziej zaawansowani Internauci od portali wolą merytorycznie wzorowo prowadzone serwisy tematyczne. Wraz ze zmianą przyzwyczajzeń Internautów i ich lojalności wobec ulubionych serwisów, jeszcze większe znaczenie będą miały kampanie reklamowe na nich prowadzone. Jednym słowem, połączenie wyszukiwarki i serwisów tematycznych pozwala zastąpić ogólnotematyczne portale. Trend ten w przyszłości przeniesie się również na wydatki reklamowe, które podążają za użytkownikami Internetu. - twierdzi Bartosz Drozdowski, Dyrektor Departamentu INTERNET w ARBOMedia Polska.

Źródło: <http://prnews.pl/redir.php?url=www.arbomedia.pl>

Uwaga! Aktualne informacje z PRNews.pl w Twojej skrzynce mailowej!
Codziennie najświeższe wiadomości ze świata finansów.

Zapisz się na nasz **bezpłatny Newsletter**.
Tych informacji nie znajdziesz nigdzie indziej. **Przekonaj się - niczego nie ryzykujesz!**
Zadbaj o swój portfel i dołącz do **11707 odbiorców!**

Twój e-mail: Dalej

Waszym zdaniem - [dodaj swój komentarz](#)

Komentarz może pojawić się z pięciominutowym opóźnieniem!

Do tej pory nikt nie wypowiedział się na temat tej wiadomości - [bądź pierwszy!](#)

Redakcja serwisu PRNews informuje, że nie ponosi odpowiedzialności i w żaden sposób nie ingeruje w treść komentarzy umieszczanych przez użytkowników. Usuwane będą komentarze o treści reklamowej lub sprzecznej z zasadami Netykiety. UWAGA! Nasza redakcja gwarantuje pełną anonimowość osób wypowiadających się na forum!

>> praca.prnews.pl

PRNews: [Wesprzyj PRNews!](#) | [O nas](#) | [Kontakt](#) | [Dla prasy](#) | [Reklama](#)

[Newsletter](#) | [Dodaj informację](#)

Usługi: [RSS](#)



e-marketing, e-biznes
<http://www.ideo.pl/>

© 2005 PRNews.pl



made by [TENSAI GROUP](#)