

Stwórz okładkę płyty muzycznej lub filmowej

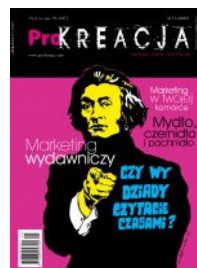
[Reklamy Google](#) [Reklamy w Internecie](#) [Marketing Mix](#) [Nasze Reklamy](#) [Darmowe Reklamy](#) [Agencje Reklamy](#)

Jest temat

Rok 2007 zapamiętamy głównie jako czas przejęć. Ad.point padł łupem Eurozetu i takie marki choćby jak: Antyradio czy Plus dołączyły do zbioru firmy. ZPR również nie próżnowały i w ramach szalu zakupowego, sieć Wawa dołączyła do koszyka spółki. Nie można zapomnieć również, że Bauer sfinalizował zakup Brokera FM i tym samym przejął najważniejszą sieć w kraju. **Rok 2007 w branży radiowej** podsumowuje Kuba Wajdzik. [czytaj artykuł >>](#)

Poploty

Za nami ekstazy sylwestrowe, noworoczny kac i uwierająca wątroba. Rozpoczął się Nowy 2008 Rok. Uciech i okazji do komentowania koślawej rzeczywistości w POPlotach na pewno nie zabraknie. A zatem do dzieła. [czytaj artykuł >>](#)



Subskrypcja

informacje na temat subskrypcji

SERWERY DLA STACJI RADIOWYCH



mediafm.net :: internet

Marta Dzikiewicz dla MediaFM.net o 2007 roku

[Apartamenty w Loftach](#)

Zamieszkać w Starej Przedzalni Luksusowe Lofty - od: 5.500 PLN/m2
www.StaraPrzedzalnia.pl/Lofty

[Transakcje FX online](#)

Handluj 150 parami walutowymi Zainstaluj bezpłatne demo
www.SaxoBank.com

Reklamy Google

Marta Dzikiewicz, PR & Market Research Manager w ARBOMedia Polska dla Portalu Medialnego MediaFM.net o 2007 roku w branży internetowej.



Miniony rok uważam za pomyślny dla branży reklamy internetowej. Mimo, iż wzrost liczby polskich Internautów nie okazał się aż tak znaczący jak w latach poprzednich, wzrosła liczba realizowanych kampanii oraz budżety przeznaczane na pojedyncze projekty. Intensywny rozwój odnotował również cały rynek SEM. Najaktywniejszymi sektorami w Internecie okazały się telekomunikacja, bankowość, motoryzacja, żywność oraz rozrywka i kultura. Reklamodawcy podążają za internautami, nie dziwi więc fakt, iż w największym stopniu obłożone były wityrny rozrywkowe, muzyczne, biznesowe, motoryzacyjne i kobiece, lecz także e-commerce i przede wszystkim wityrny społecznościowe.

Polacy coraz lepiej czują się w Internecie i zaczęli odkrywać coraz szersze możliwości jego wykorzystania. Różnorodność, często specyficzne potrzeby realizują poprzez wityrny tematyczne, przez co liczba ich użytkowników sukcesywnie wzrasta. W ciągu ostatniego roku zasięgowa przewaga sieci reklamowych nad portalami umocniła się - sieci osiągnęły 12mln internautów miesięcznie, portale nie odnotowały nawet 10 mln użytkowników. Wityrny nisze starały się dodatkowo przyciągnąć reklamodawców wprowadzając nowe także niestandardowe formy reklamy, czy też zaawansowane mechanizmy targetowania. Na wityrnie www.rozkład.pkp.pl sieć ARBOMedia zrealizowała kampanię targetowaną według kierunku wyszukiwanego przez internautę połączenia kolejowego. Na uwagę zasługuje także akcja przeprowadzona dla Reeboka, w ramach której zaingerowano w wygląd kilkunastu popularnych serwisów rozrywkowych.

Najczęściej emitowanymi formami ubiegłego roku były przede wszystkim Billboard, Double billboard oraz Rectangle i BrandMark. Upowszechniły się także rzadki dotąd w Polsce expand corner oraz różnorodne ekspansowane boksy. Analizując miniony rok nie sposób też pominąć rozwoju wideo online. Polacy odkryli serwisy z filmikami wideo, zaś liczne portale odpały własne telewizje internetowe. Kroczyliśmy w kierunku upowszechnienia transmisji wideo online było także odpalenie strony www.cozpolska.pl Tomasza Lisa. Niestety reklamodawcy nie wykorzystali w pełni tej sytuacji. Wideo uatrakcyjnia treści, daje też znacznie większe możliwości reklamowe - wyróżnia reklamę na stronie, wykorzystuje efekty specjalne oraz umożliwia spójność komunikacji w Internecie z przekazami telewizyjnymi. Obecnie w polskim Internecie z reklamą wideo spotykam się znacznie częściej niż przed rokiem, nadal są to jednak głównie niskiej jakości streamingowane BrandMarki czy Rectangle, brakuje natomiast bardziej efektywnych, pełnoekranowych VideoStitiali czy ciekawych kampanii wirusowych wykorzystujących przekaz wideo.

Na koniec warto wspomnieć o badaniu wydatków przeznaczanych na promocję w sieci uruchomionym przez firmę Expert Monitor. Mam nadzieję, iż branża doczeka się wreszcie narzędzia umożliwiającego obiektywną ocenę nie tylko Internetu jako kanału komunikacji marketingowej, lecz także całego polskiego rynku reklamy.

09.01.08, 19:06

Zobacz także: ARBOMedia,

-->



internet :

Gadzinowski w Agito
Kotek.pl – nowy serwis dla nastolatka
Maciej Bednarek redaktorem naczelnym dziennika portalu Comperia.pl
Rekord Gadu-Gadu
Interia.pl agreguje europejskie stacje radiowe
Marta Dzikiewicz dla MediaFM.net o 2007 roku
Money.pl inwestuje w DigitalAll i wchodzi na rynek e-booków
Po praktyki dlaStudenta.pl
Pierwszy w Polsce portal o kampaniach społecznych
mBankowe Aukcje WOŚP 2008

więcej wiadomości z kategorii internet >>

RSS



Kanał RSS z wiadomościami MediaFM.net

Multimedia

Nowa odsłona TV Puls
Wystartowała Religia.TV
Wystartowało TVP Info
TVN świętował dziesiąte urodziny
Nowa odsłona Wiadomości
[przeglądaj multimedia >>](#)