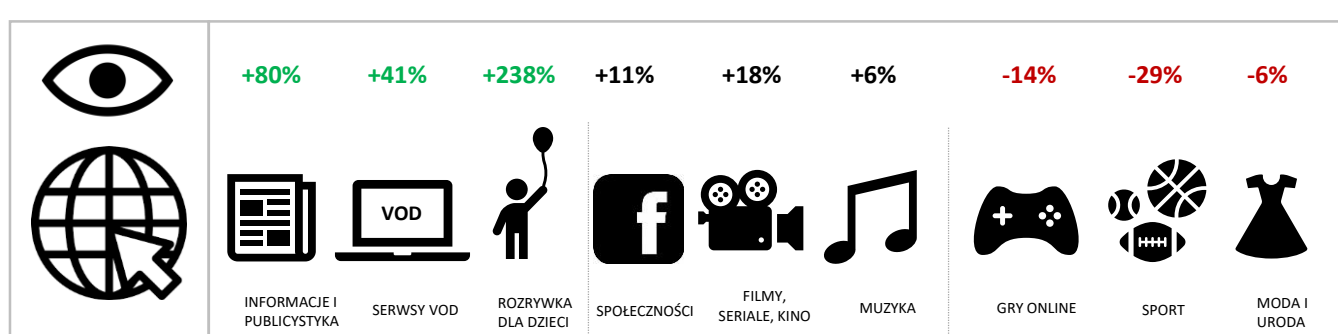


Cześć,

Minął pierwszy tydzień obowiązywania restrykcji, które mają pomóc Polakom w walce z koronawirusem. Od tygodnia nie pracują placówki oświatowe oraz kulturalne. Ograniczenia dotknęły również branżę handlową i restauracyjną. Ten czas rola dla marketerów, którzy podejmują ważne decyzje związane z prowadzonymi przez nich markami. W naszym newsletterze chcemy przybliżyć jak zmiany w funkcjonowaniu całego społeczeństwa wpłynęły na konsumpcję mediów oraz pokazać jak na sytuację zareagowały marki w Polsce i na świecie.

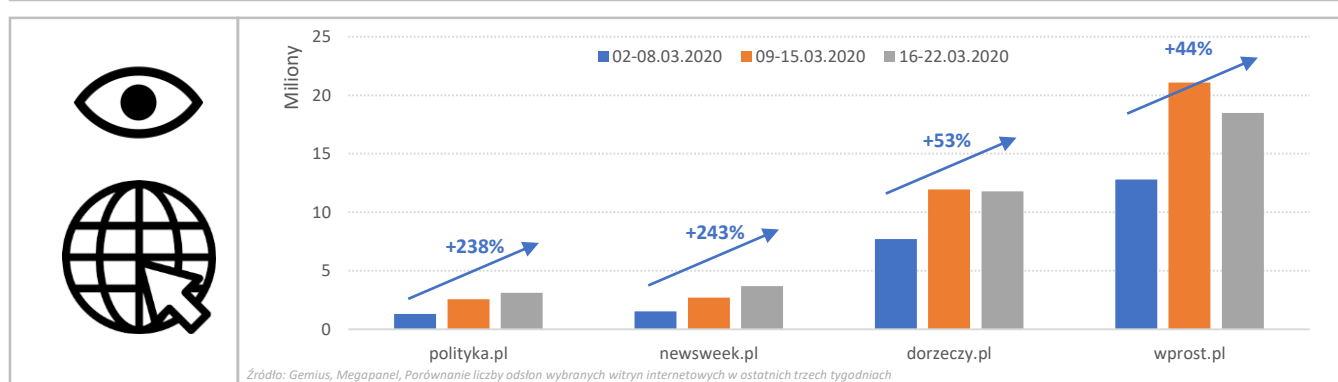
Pozdrawiamy!
Team Resolution

MEDIA



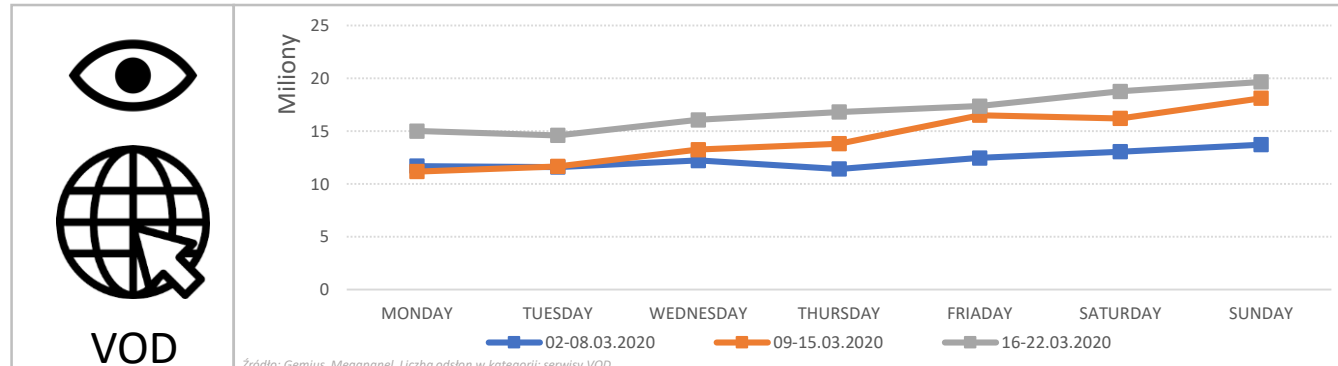
Źródło: Gemius, Megapanel, Porównanie liczby odsłon wybranych węzłów, wzrosty pokazują wynik tygodnia 16-22.03 do okresu 2-8.03

Korzystanie z Internetu zwiększyło się na przestrzeni ostatnich dwóch tygodni, niemniej nie wszystkie kategorie witryn odnotowały wzrosty. Do trzech **najbardziej wzrostowych kategorii** zaliczyć należy: **publicystykę, VOD oraz rozrywkę dla dzieci**. Kategorie, które urosły zgodnie z trendem to społeczności, filmy oraz seriale, jak również muzyka. Zaś kategorie, które zanotowały **spadki** odsłon w ostatnich tygodniach to **sport, moda i uroda oraz gry online**. Ostatnia kategoria wśród spadków jest dość zaskakująca, należy jednak zaznaczyć, że równolegle w badaniu raportowane są gry komputerowe, które odnotowują wzrosty tożsame ze wzrostem zainteresowania Internetem.



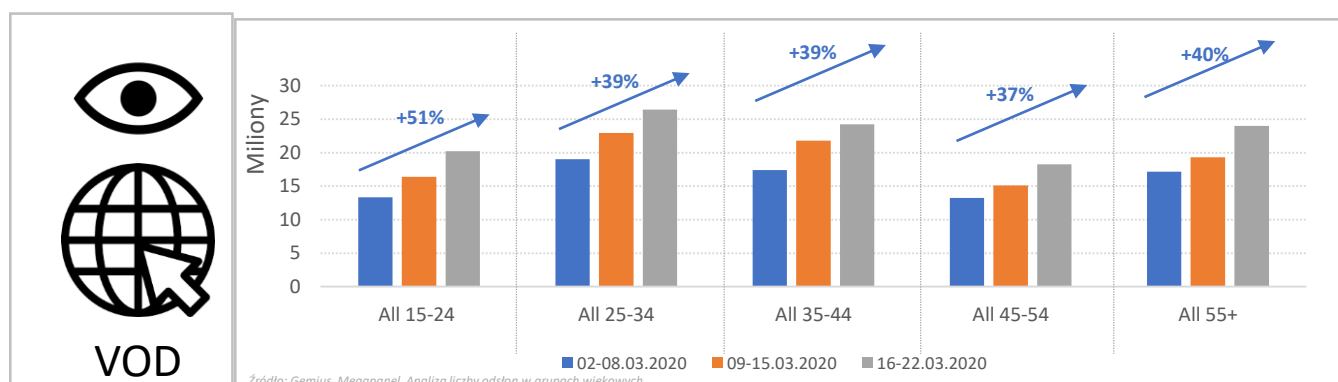
Źródło: Gemius, Megapanel, Porównanie liczby odsłon wybranych witryn internetowych w ostatnich trzech tygodniach

Choć witryny popularnych tygodników opinii bardzo zyskały w ostatnim czasie, to dla **prasy drukowanej** brak wydań papierowych niesie za sobą **duże straty**. Szczególnie, że rok 2019 zakończył się spadkami wyników sprzedażowych w tym segmencie prasowym. Nałożenie się wielu aspektów doprowadziło do podjęcia decyzji o braku wznowienia publikacji papierowej tygodnika Wprost.



Źródło: Gemius, Megapanel, Liczba odsłon w kategorii: serwisy VOD

Z tygodnia na tydzień **zyskują na popularności** serwisy VOD, które dostarczają rozrywkę i urozmaicają codzienną rutynę.



Źródło: Gemius, Megapanel, Analiza liczby odsłon w grupach wiekowych

Największe wzrosty popularności serwisów VOD, wyrażone w liczbie odsłon, na przestrzeni ostatnich trzech tygodni odnotowane zostały wśród najmłodszych **Internautów w wieku 15-24 lata**. W pozostałych kohortach wiekowych wzrosty były bardzo zbliżone i wynosiły między 37% a 40%.

INSPIRACJE- POLSKA

Uber i Free Now oferują darmowe przejazdy pracownikom szpitali i laboratoriów Free Now udostępni w aplikacji usługę "Dla zdrowia" z której będą mogli korzystać pracownicy szpitali i laboratoriów w największych miastach w Polsce. W ramach specjalnej promocji będą mogli za darmo dojeżdżać z Free Now do pracy. Tymczasem Uber do końca maja zapewni 10 000 przejazdów dla pracowników służby zdrowia.
<https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/uber-free-now-darmowe-przejazdy-dla-pracownikow-szpitali-i-laboratoriow-jak-skorzystac-zasady>

W mediach masowych pojawiają się pierwsze kampanie skrojone dokładnie na potrzeby obecnej sytuacji w kraju. Firma ubezpieczeniowa PZU rozpoczęła kampanię zachęcającą do zdalnego korzystania z usług PZU.
<https://mmonline.pl/artykuly/234682,pzu-na-czasy-koronawirusa-wideo>

Marka Kubus, chcąc ulżyć zmęczonym Rodzicom oraz znużonym dzieciom udostępniła ponad 50 audiobooków z wartościowymi bajkami dla najmłodszych.
<https://www.facebook.com/KUBUSpl/posts/3021577674561714>

INSPIRACJE- ŚWIAT

Meksykańska restauracja w Kalifornii - Chipotle – stara się walczyć z poczuciem izolacji organizując wirtualne spotkania „Chipotle Together” na Zoom. Przez tydzień fani będą mieli okazję spotkać się z celebrytami podczas czatów online.
<https://www.adweek.com/brand-marketing/coronavirus-is-challenging-brands-to-channel-their-more-human-side/>

Browary i gorzelnie na całym świecie produkują bezpłatne produkty odkażające do zwalczania koronawirusa. Diageo - spółka macierzysta marek Johnnie Walker czy Smirnoff - ogłosiła, że dostarczy producentom środków odkażających 2 miliony litrów 96% spirytusu. Z kolei Anheuser-Busch - twórca Budweiser, Bud Light, Michelob Ultra i wielu innych marek piwa - przebudowuje swoje globalne sieci produkcyjne i dystrybucyjne, aby wyprodukować ponad 1 milion butelek do dezynfekcji rąk, które zostaną przekazane potrzebującym.
<https://www.adweek.com/creativity/diageo-and-anheuser-busch-join-alcohol-brands-pivoting-to-free-sanitizer/>

„Cześć jestem Twoim domem” tak zaczyna się nowa reklama Ikea, która przypomina nam, że dom rodzinny to miejsce, w którym ludzie mogą być sobą i „schronić się przed złymi”. „Jestem twoim domem i będę tu bez względu na wszystko.” #StayHome
<https://www.campaignlive.co.uk/article/ikea-stay-home-mccann-madrid/1678269>