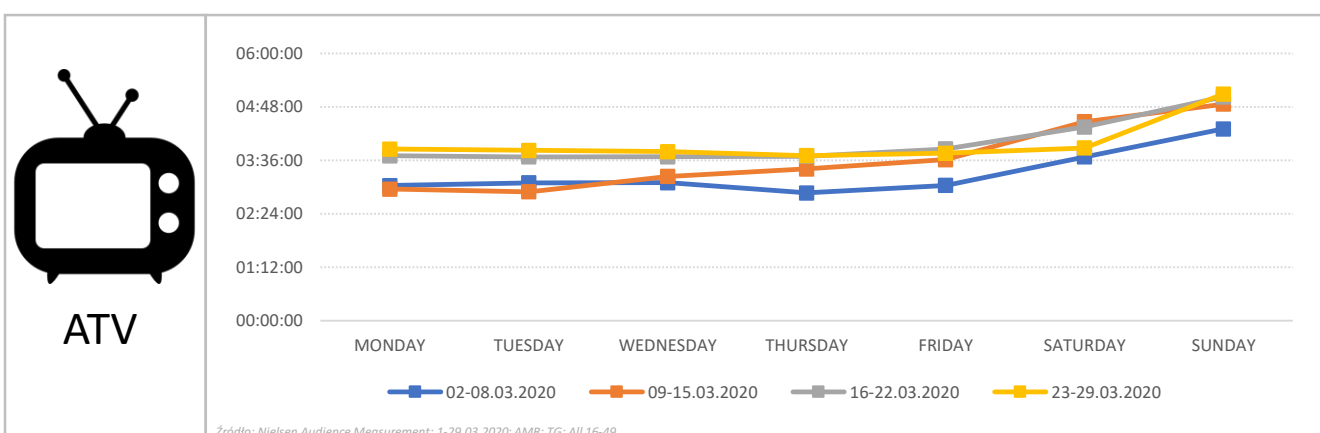


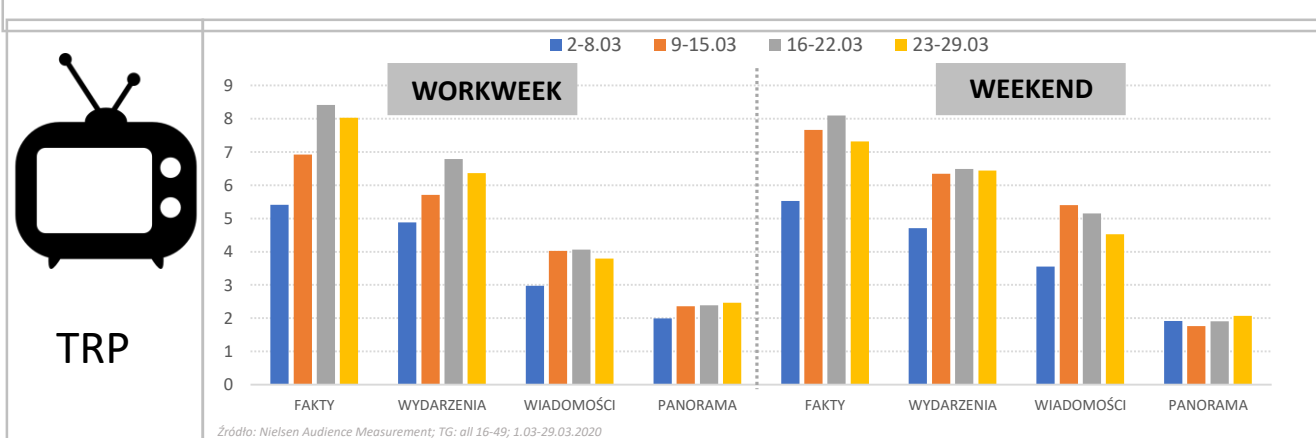
Cześć,
Dla wielu Polaków rozpoczyna się trzeci tydzień kwarantanny. Dla wielu firm kolejny tydzień pracy zdalnej. Za nami kolejne restrykcje związane z poruszaniem się po mieście. Przed nami zapowiadane kolejne zmiany, które zapewne wpłyną na nasze codzienne zachowania. W tych nietypowych czasach pragniemy przybliżyć Wam, jak owe obostrzenia przekładają się na konsumpcję mediów oraz aktywność marek w zakresie działań marketingowych.

Pozdrawiamy!
Team Resolution

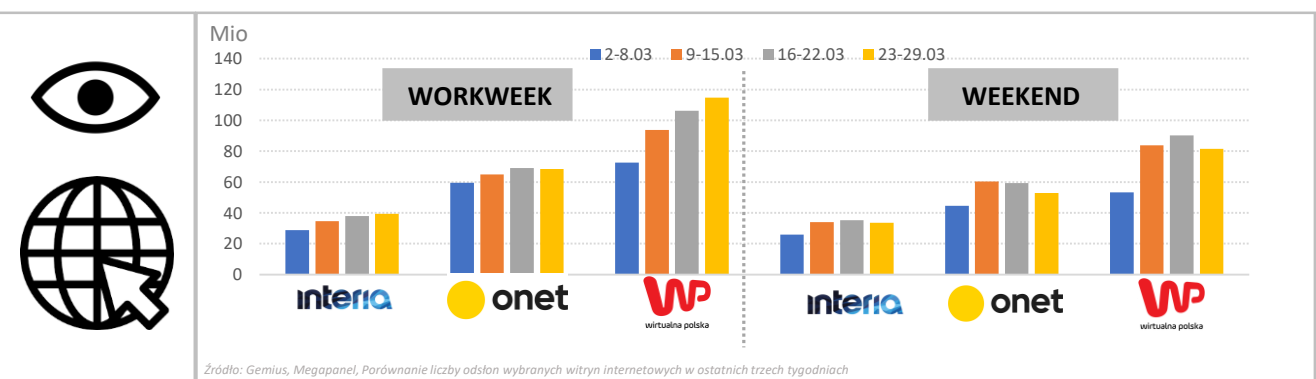
MEDIA



Utrzymuje się średni poziom oglądalności TV, jaki został osiągnięty w momencie zamknięcia szkół i placówek oświatowych. W sobotę (28.03) obserwujemy spadki, co potwierdza jak bardzo czynnik pogodowy wpływa na oglądalność telewizji, nawet w sytuacji gdy z wielu strony słyszy się hasło **#zostańw domu**



Po dwóch tygodniach wzrostów oglądalności głównych wydań serwisów informacyjnych, w ostatnim tygodniu zanotowaliśmy nieznaczne spadki zarówno w tygodniu jak i w weekend. Można zatem uznać, że **nasylenie informacjami ze świata oraz Polski osiągnęło już swój szczytowy poziom**.



Podobną tendencję jak w telewizji widać również analizując wyniki głównych stron portali internetowych. W tygodniu serwisy te zanotowały nawet nieznaczne wzrosty w ilości odsołn, zaś miniony weekend miał tendencję spadkową dla wszystkich trzech portali. Tu również w głównej mierze należy to wiązać z dobrą pogodą, która odciągnęła Internatów od ekranów komputerów, telefonów i tabletów.

INSPIRACJE- POLSKA

Operatorzy komórkowi w czasie pandemii wprowadzają proste rozwiązania, które przypominają użytkownikom smartfonów o konieczności przestrzegania kwarantanny. Działają również polskie sieci: T-Mobile Polska, Plus i Play stopniowo dodają na ekranach głównych telefonów swoich użytkowników, obok nazwy sieci, znacznik „#zostańw domu”.

<https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/zostanwdomu-t-mobile-polska-plus-play-jak-to-dziala-koronawirus>

„Mały sklep wielcy ludzie” pod takim hasłem został stworzony najnowszy spot firmy Żabka, która podkreśla, że to dzięki pracownikom, którzy codziennie wychodzą do pracy i narażają się na zarażenie panującym wirusem, każdy z nas może zrobić zakupy.

https://www.youtube.com/watch?v=k_JOKT3Zfks&feature=youtu.be

Do 5 maja br. Na dekodernach satelitarnych oraz do odbioru telewizji kablowej w technologii IPTV, a także mobilnie – w serwisie Cyfrowy Polsat GO (z aktywną opcją ON THE GO) dostępnych będzie aż 25 dodatkowych kanałów. W tym samym czasie klienci sieci Plus otrzymają bez dodatkowych opłat 17 dodatkowych kanałów w serwisie IPLA - w pakiecie IPLA PLUS.

<http://www.cyfrowypolsat.pl/nawiosneogladaj/>

Na backlightach AMS w Poznaniu i Warszawie rozpoczęła się kampania społeczna „Dziękujemy Wam #sluzbazdrowia” zorganizowana wspólnie przez AMS oraz drukarnie Labo Print z Poznania i Servcomp z Warszawy.

<https://ams.com.pl/o-nas/aktualnosci/dziekujemy-wam-sluzbazdrowia-wspolna-akcja-ams-labo-print-i-servcomp>

Marka Żywiec (Grupa Żywiec), sponsor trasy Męskie Granie, razem z portalem Onet.pl i artystami zdecydowała się zorganizować cykl internetowych koncertów.

https://www.press.pl/tresc/61029,grupa-Zywiec-organizuje-cykl-koncertow-_meskie-granie-w-domu_

INSPIRACJE- ŚWIAT

Branża motoryzacyjna wymieniana jest często wśród tych, które doświadczą chwilowego spowolnienia spowodowanego epidemią koronawirusa. Mimo tego marka Nissan zdecydowała się na emisję wizerunkowego spotu, który w emocjonalny sposób odwołuje się do przestania #stayhome #staysafe

https://www.youtube.com/watch?v=cR0_PYfA9VQ

Cottonelle, producent papieru toaletowego, wystosował do konsumentów dość oryginalny komunikat #ShareASquare, w którym odradza nadmierne gromadzenie tego produktu. „Zamiast gromadzić papier toaletowy, zaopatrmy się w hojność” zaleca w 30-sekundowym spocie TV, którego transmisja potrwa do kwietnia.

<https://www.adweek.com/creativity/cottonelle-discourages-toilet-paper-hoarding-in-new-campaign/>