

Wybór badań ARC Rynek i Opinia oraz NielsenIQ o direct mail

2021





Pandemia zburzyła dotychczasową rutynę i status quo. Organizacje zetknęły się z wyzwaniami, których nikt nie spodziewał się w tak krótkim czasie. Marketerzy zareagowali przyspieszeniem projektów z obszaru digital, ale przekonali się również, które z tradycyjnych rozwiązań wciąż niezmiennie przekładają się na wyniki sprzedaży.

Beata Kaczorek

Consumer Insights

Director CEE

NielsenIQ





Próbowałem wyobrazić sobie sytuację, gdybyśmy w skrzynce na listy znaleźli tyle ulotek, ile codziennie maili otrzymujemy. Podejrzewam, że nikt nie byłby w stanie tego zaakceptować. (...)

Żywotność maila to może 2-3 godziny. Natomiast jeśli dostanę dobrze zaprojektowany katalog, to jest duże prawdopodobieństwo, że będzie go oglądać cała rodzina. A ulotka z ciekawą ofertą, z jakimś kodem rabatowym, z dobrze zaprojektowanym CTA trafi na lodówkę lub tablicę korkową.

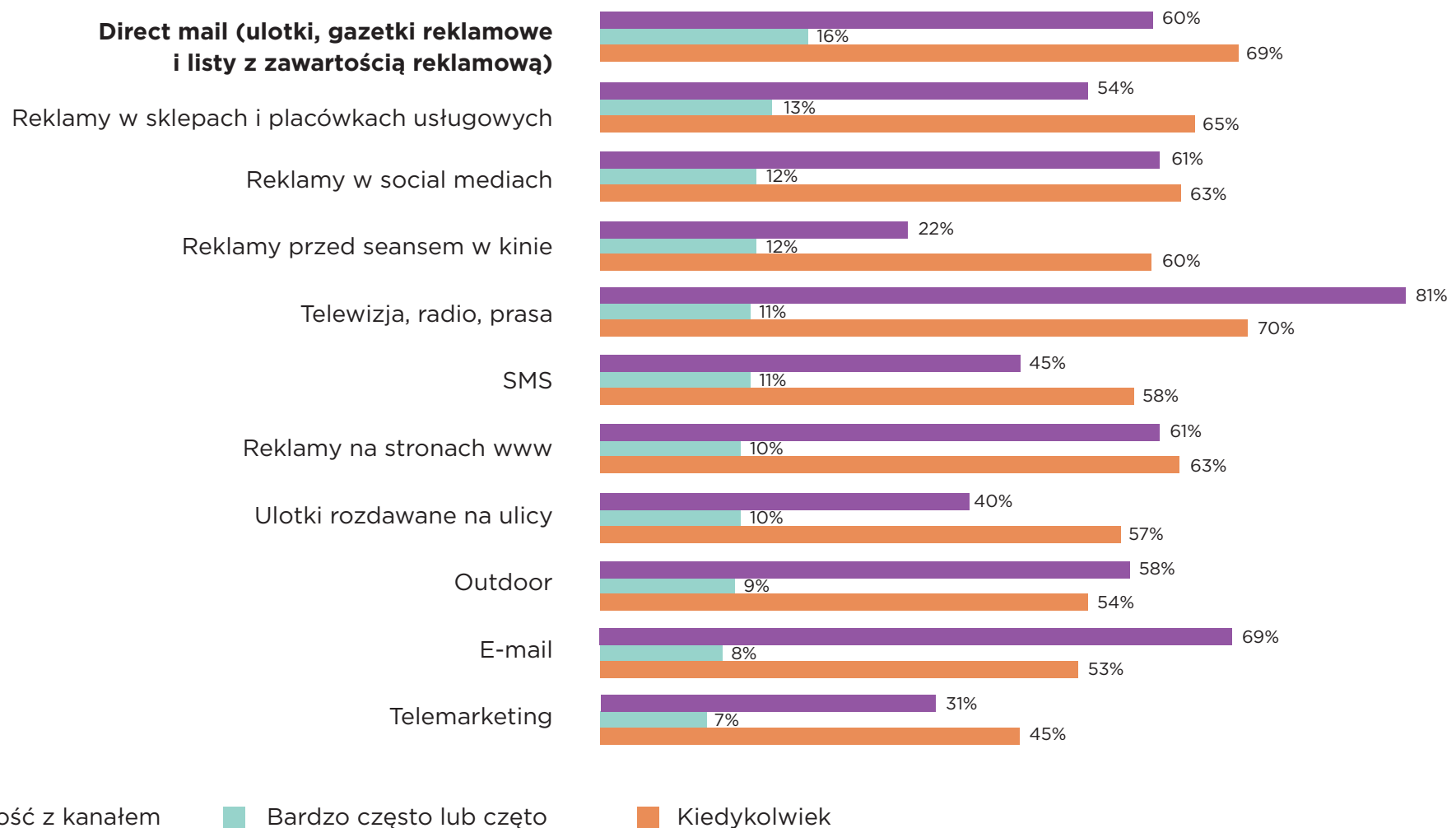
dr inż. Jacek Kotarbiński

ekspert w zakresie marketingu, zarządzania marką, rozwoju innowacji i zarządzania sprzedażą, autor bestsellerowej „Sztuki Rynkologii”

SKUTECZNOŚĆ REKLAMY

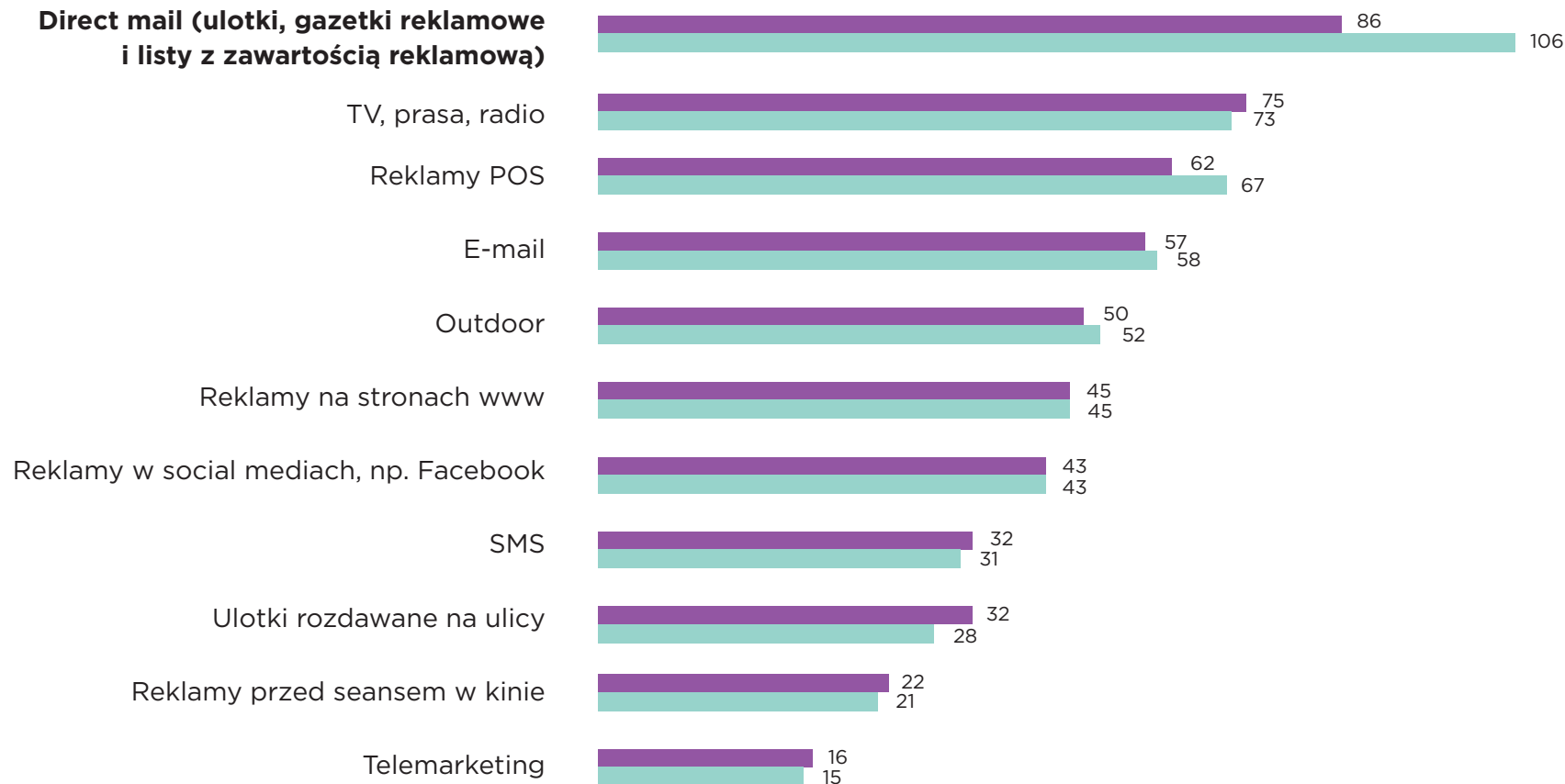
W Koszyku

Z jakimi formami reklamy userzy spotkali się w ciągu ostatniego roku i jak często skłoniła ich ona do zakupu produktu lub usługi?



Źródło: ARC Rynek i Opinia dla Polskiego Stowarzyszenia Marketingu SMB, N=1046 reprezentatywna próba Polaków, 2021

PREFEROWANE FORMY REKLAMY



■ Reprezentatywna grupa Polaków ■ Zetknęli się z gazetkami

Źródło: **ARC Rynek i Opinia** dla Polskiego Stowarzyszenia Marketingu SMB, N=1046 reprezentatywna próba Polaków, 2021

Sposób tworzenia rankingu: stwierdzenie na 1. miejscu otrzymało 3 punkty, na 2. – 2 punkty, na 3. – 1 punkt, reszta stwierdzeń – 0 pkt. Jeśli ktoś zaznaczył „Żadne”, to wszystkie stwierdzenia otrzymały 0 pkt, jeśli ktoś zaznaczył „Wszystkie w takim samym stopniu”, wszystkie otrzymały 1 punkt. Osoby, które zaznaczyły „Nie wiem” są wykluczone z liczenia rankingu. Zaprezentowano średnią liczbę punktów uzyskaną przez każdą z metod.

REKLAMY, KTÓRYM KLIENCI POŚWIĘCAJĄ NAJWIĘCEJ UWAGI



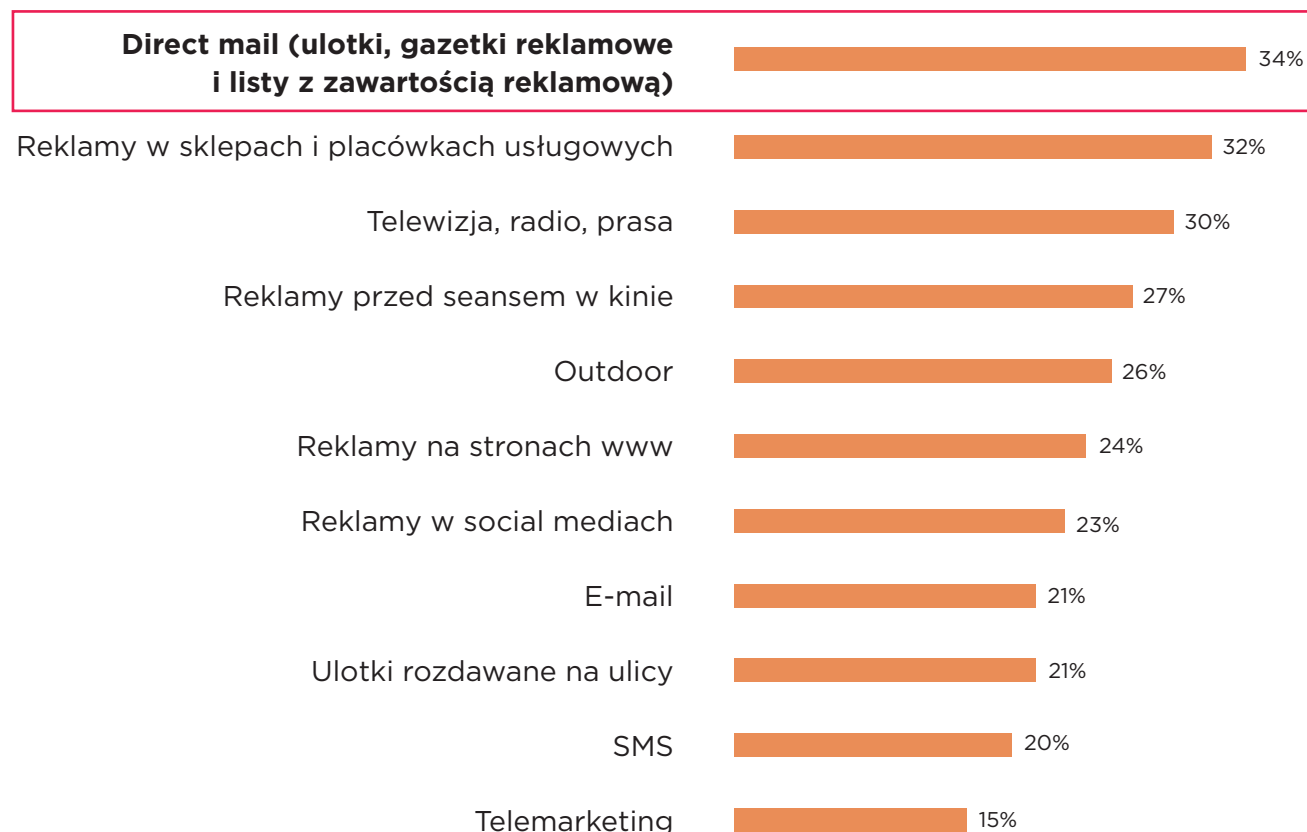
29%

**zwraca uwagę na reklamy
w gazetkach i listach z zaw. reklamową**

WIARYGODNOŚĆ TREŚCI REKLAM

W Koszyku

Jak bardzo wiarygodne – bezpieczne i godne zaufania – są dla userów treści reklamowe?

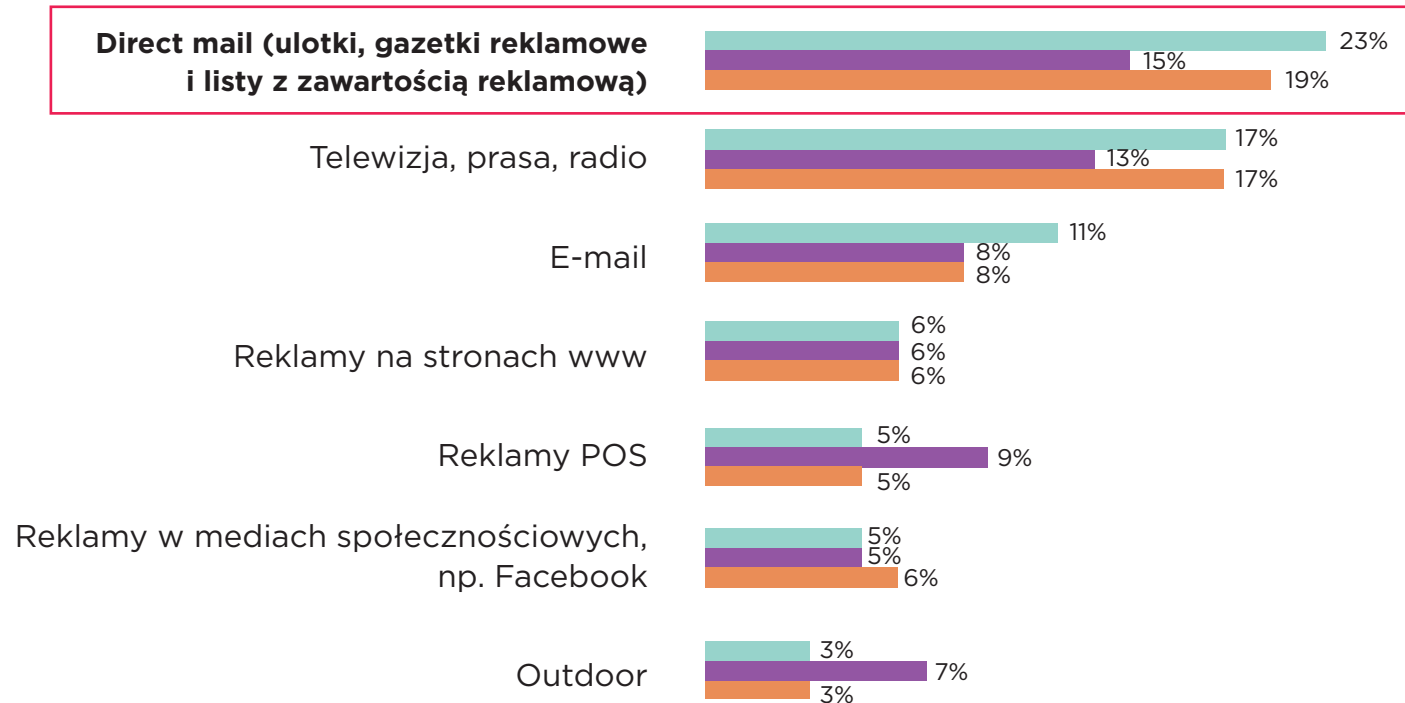


34%

**uważa za wiarygodne reklamy
w gazetkach i listach z zaw. reklamową**

GAZETKI, MAGAZYNY I LISTY SĄ OK

Opinie konsumentów o reklamie w różnych kanałach komunikacji



- Ta forma reklamy w największym stopniu pozwala zastanowić się nad informacją
- Preferowana forma reklamy
- Ta forma reklamy robi największe wrażenie

GDZIE KONSUMENTY SZUKAJĄ PROMOCJI?

Źródła informacji o promocjach



Źródło: Shopper Trends 2019/2020, NielsenIQ

INTERNET W SKRZYNCIE NA LISTY

42 proc. grupa konsumentów uważa, że sklepy internetowe mogłyby publikować papierowe katalogi.

STOSUNEK DO PRZESYŁEK REKLAMOWYCH

Proszę odnieść się do następujących stwierdzeń

(zaprezentowano odsetek osób, które wskazały odpowiedzi „zdecydowanie się zgadzam” i „raczej się zgadzam”)

Kupony rabatowe wysłane do mnie pocztą
mogą być atrakcyjną formą skłaniającą do zakupu



**Sklepy internetowe mogłyby wysyłać mi pocztą
katalogi swoich ofert i kupony rabatowe**



Chciałbym otrzymywać listy z dedykowanymi tylko dla mnie
ofertami promocyjnymi/kuponami rabatowymi

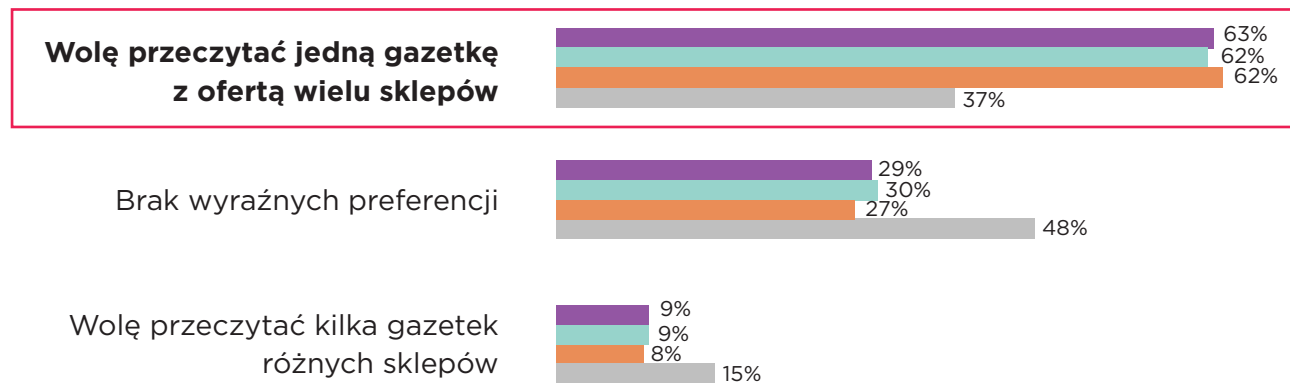


0 20% 40% 60%

42%
chce katalogów

KONSUMENTY CHCĄ OFERT WIELU SKLEPÓW W JEDNYM MAGAZYNIE

Czytelnicy preferują magazyn z ofertą wielu sklepów. Zyskał on więcej przychylnych głosów niż gazetki pojedynczych sklepów.



- Wszyscy użytkownicy (N=210)
- Heavy users (N=104)
- Light users (N=106)
- Non users (N=102)

63%

wszystkich użytkowników
woli przeczytać jedną gazetkę
z ofertą wielu sklepów

vs. **9%**

wszystkich użytkowników
woli przeczytać kilka
gazetek różnych sklepów

M A G A Z Y N S U P E R O K A Z J I

W koszyku

WKOSZYKU.COM.PL
STYCZEŃ 2022



ZIMOWE
WYPRZEDAŻE

***Łap
okazje!***

Bezpłatny miesięcznik reklamowy

Najciekawsze promocje sieci handlowych,
sklepów internetowych, producentów
i usługodawców

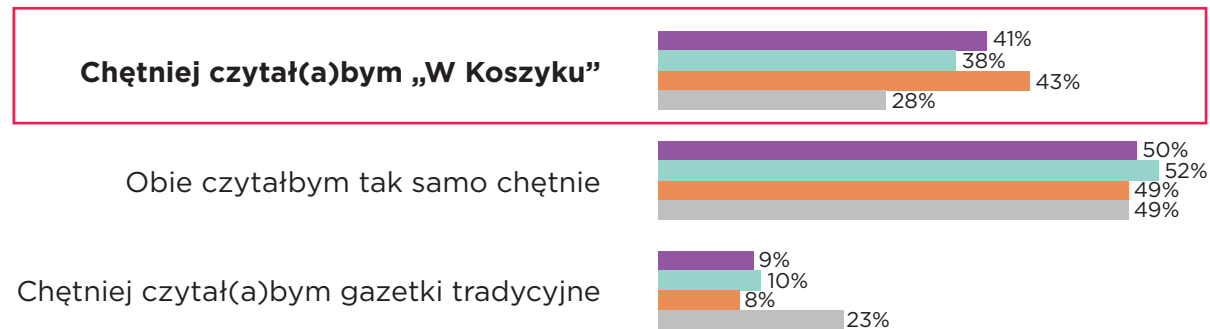
- nakład 4 mln egz.
- format A4
- objętość 24 str.
- dystrybucja do skrzynek na listy
- w wersji papierowej i na www,
a w przyszłości także aplikacja
- niski koszt dotarcia CPM 0,71
- wysoka konwersja 20%



„W KOSZYKU” TO FORMAT PREFEROWANY

„W Koszyku” bardziej zachęca do przeczytania niż gazetki tradycyjne te osoby, które już korzystają z gazetek.

Wśród non-userów odsetki preferujących nowy format i tradycyjne gazetki są zbliżone.



- Wszyscy użytkownicy (N=210)
- Heavy users (N=104)
- Light users (N=106)
- Non users (N=102)

41%

wszystkich użytkowników
czytałoby „W Koszyku”

vs. **9%**

wszystkich użytkowników
chętniej czytałoby
tradycyjne gazetki

ZDECYDOWANA WIĘKSZOŚĆ CZYTAŁABY „W KOSZYKU”

Nawet wśród non-userów 2 na 3 osoby zabierałoby „W Koszyku” do przeczytania!

Zabrał(a)bym ją do przeczytania dla siebie lub kogoś innego



Wyrzucił(a)bym do kosza bez czytania



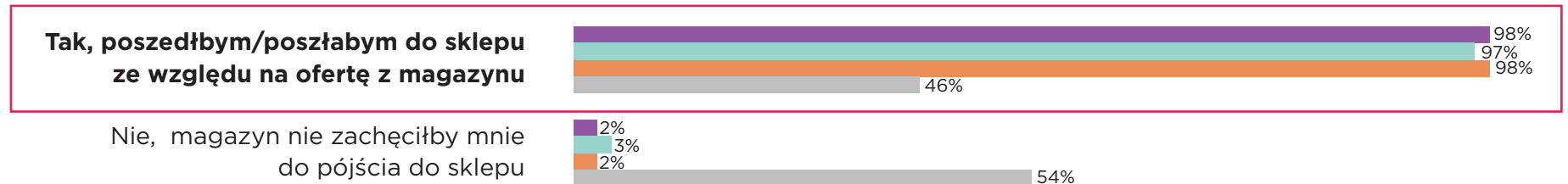
- Wszyscy użytkownicy (N=210)
- Heavy users (N=104)
- Light users (N=106)
- Non users (N=102)

93% i 61%
non-userów

„W KOSZYKU” WYGENERUJE WIZYTY W SKLEPIE

„W Koszyku” bardziej zachęca do wizyty w sklepie niż gazetki tradycyjne.

Wśród non-userów prawie połowa deklaruje, że wybrałaby się na zakupy pod wpływem treści przeczytanych w „W Koszyku”.



- Wszyscy użytkownicy (N=210)
- Heavy users (N=104)
- Light users (N=106)
- Non users (N=102)

98% i 46%
non-userów

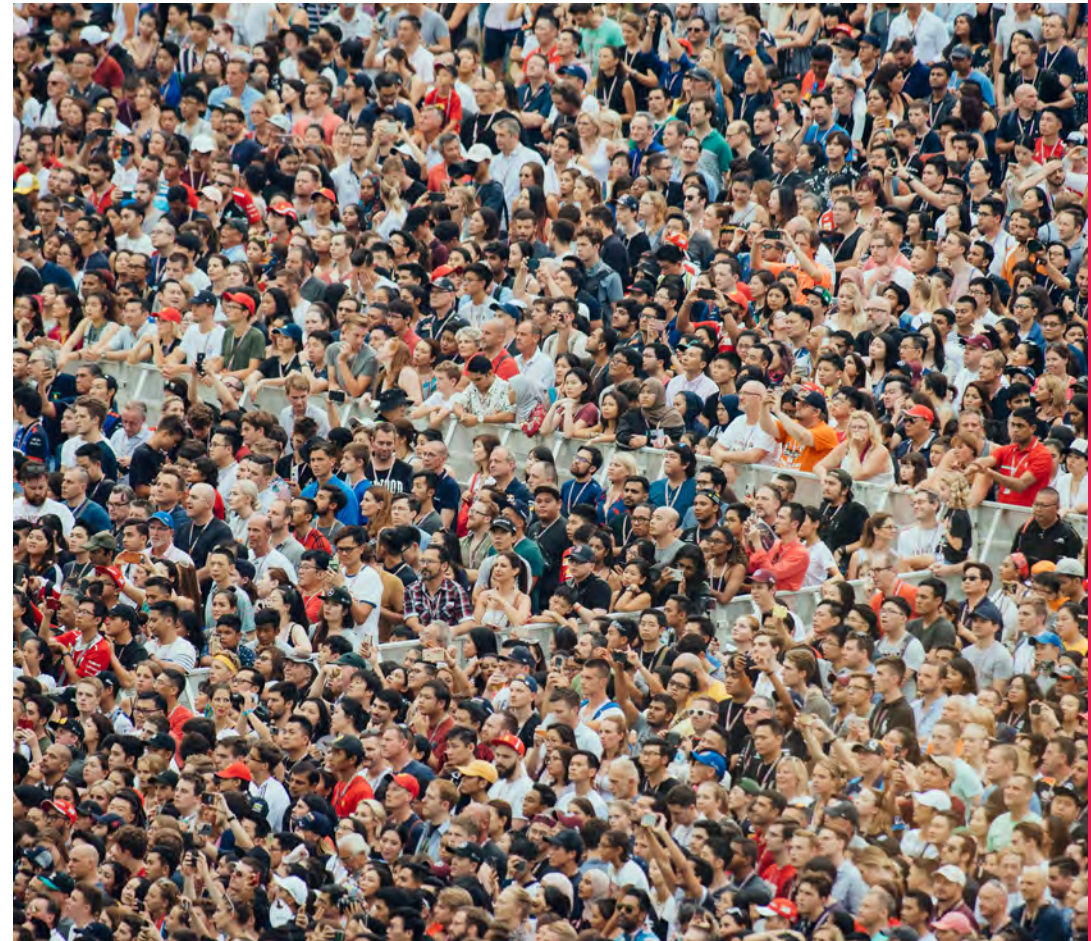
DOTRZESZ DO MILIONÓW

W Koszyku

„W Koszyku” gwarantuje dotarcie do dużo większej grupy potencjalnych klientów niż samodzielnie publikowana gazetka promocyjna.

Dlaczego więc rezygnować z takiego zasięgu?

9
mln vs. **4,3**
mln



Założenia: obliczenie na podstawie danych z Badania konceptu magazynu „W Koszyku” 2021, NielsenIQ

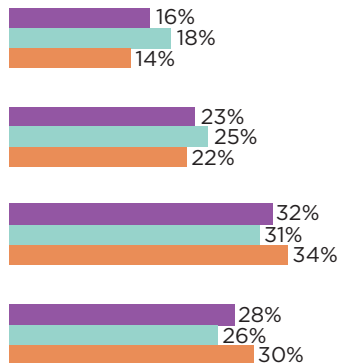
BLISKO 5 MLN WIĘCEJ CZYTAŁOBY „W KOSZYKU”

Osoby korzystające z gazetek chętniej przeczytałyby magazyn „W Koszyku”.

Wśród non-userów odsetki preferujących nowy format i tradycyjne gazetki są zbliżone.



**4 osoby
lub więcej**



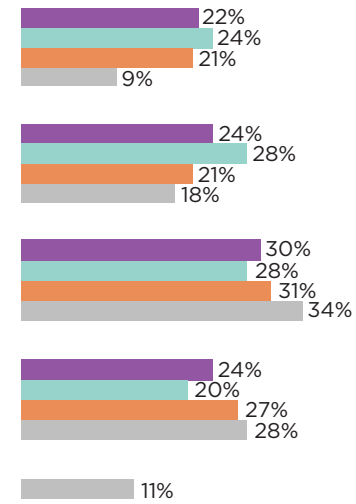
3 osoby

2 osoby

Tylko ja



**4 osoby
lub więcej**



3 osoby

2 osoby

Tylko ja

Nie wiem

- Wszyscy użytkownicy (N=210)
- Heavy users (N=104)
- Light users (N=106)
- Non users (N=102)

5 mln
więcej czytelników „W Koszyku”

„W KOSZYKU” JEST 9-KROTNIIE TAŃSZY

Dokładnie policzyliśmy koszt dotarcia per capita. Okazało się, że „W Koszyku” jest 9-krotnie tańszy od tradycyjnej gazetki.

Koszt dotarcia do jednego czytelnika:

dla klasycznej gazetki promocyjnej

ok. 14,8 gr

dla magazynu „W Koszyku”

ok. 1,65 gr



„W KOSZYKU” TO ZYSK Z EFEKTU SKALI

Dokładnie policzyliśmy.

Koszt gazetki A4 (16 str.) + dystrybucja

ok. 640 000 zł

Koszt gazetki A4 (8 str.) + dystrybucja

ok. 470 000 zł

Koszt reklamy A4 w „W Koszyku” + dystrybucja

76 990 zł



Założenia: wyliczenia na podstawie średnich kosztów druku w coldset i kosztów kolportażu przy nakładzie 4 mln egz.

„W KOSZYKU” MA NAJNIŻSZY CPM

Na tle innych kanałów komunikacji reklamowej „W Koszyku” ma najniższy CPM (cost per mille) dla jednego reklamowanego produktu, którego wartość wynosi 0,71.

MEDIUM	ZASIĘG	KOSZT	CPM
„W Koszyku”	9 mln	6 417 zł	0,71
TV	15 mln	150 000 zł	10,00
Online, np. ONET	13 mln	50 000 zł	3,85
Radio	20 mln	110 000 zł	5,50
„Fakt”	492 tys.	6 800 zł	13,82
„Super Express”	273 tys.	2 100 zł	7,69



„W KOSZYKU” MA NAJWYŻSZĄ ESTYMOWANĄ KONWERSJĘ

Według naszych obliczeń
„W Koszyku” może generować
konwersję na poziomie 20%

MEDIUM	KONWERSJA
„W Koszyku”	20%
TV	3%
Online, np. ONET	1,5%
Radio	5%
„Fakt”	15%
„Super Express”	15%



MIEJSCE „W KOSZYKU” W LEJKU ZAKUPOWYM

„W Koszyku” znajduje się na dwóch ostatnich poziomach lejka zakupowego, czyli w „pożądaniu” i „działaniu/zakup” – stąd tak wysoka, 20-procentowa konwersja.

POZIOM LEJKA

Zdobycie uwagi

Zainteresowanie

Pożądanie

Działanie/zakup

LOJALNOŚĆ

MEDIA

TV, radio, social media, reklama internetowa, OOH, mailing, kina

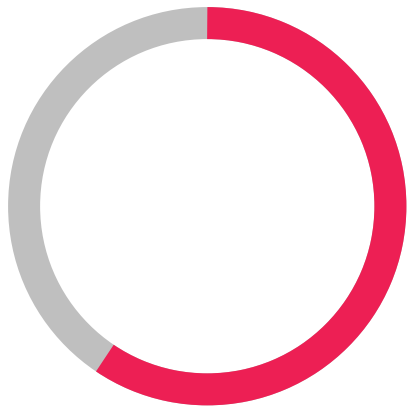
Google, TV, radio, mailing, reklama internetowa, OOH, porównywarki cenowe, YT, content marketing

gazetka, Google, social media, testy produktowe, PR, remarketing, marketing automation

gazetka, prasa, social media, program lojalnościowy

RABATY I PROMOCJE, KTÓRE DZIAŁAJĄ

3 na 5 non-userów gazetek skorzystałoby z rabatów i promocji online.



non-users (N=102)

58%

**byłoby skłonnych
skorzystać z promocji
online!**



OCENA DODATKOWYCH ELEMENTÓW „W KOSZYKU”

58% non-userów wyraża chęć zakupów online po otrzymaniu „W Koszyku”

UŻYKOWNICY GAZETEK

NON-USERZY GAZETEK

Druk na papierze z recyklingu



[To ważne]



[To ważne]

Przekazanie części dochodu
na cele charytatywne



[To mi się podoba]



[To mi się podoba]



[To zachęca do korzystania]



[To zachęca do korzystania]

Chęć wzięcia udziału
w badaniu satysfakcji



n/d



**Chęć korzystania z oferty
sklepów online**



58%



80% i więcej ocenia pozytywnie



60-79% ocenia pozytywnie



40-59% ocenia pozytywnie



20-39% ocenia pozytywnie

ZROBIMY TO ZA CIEBIE

W Koszyku

Pracując razem, mniej się
napracujemy.
Ale zrobimy więcej.

NAKŁAD PRACY

WASZ

przy tworzeniu samodzielnie
gazetki promocyjnej

Dobór produktów

Grafika

Akceptacja projektu

Druk

Dystrybucja

Kontrole wspólne

Audyty zewnętrzne

NASZ

wspólny, przy tworzeniu z nami
magazynu „W Koszyku”

Dobór produktów

Grafika*

Akceptacja projektu

Druk

Dystrybucja

Kontrole wspólne

Audyty zewnętrzne

* grafikę też możemy zaprojektować dla Ciebie

ANKIETA

W Koszyku

Zapraszamy do współtworzenia naszego magazynu.

W kolejnych numerach „W Koszyku” zapraszać będziemy czytelników-konsumentów do udziału w badaniu online, które przygotowaliśmy wspólnie z agencją badawczą NielsenIQ. Chcemy poznać ich opinię o naszym miesięczniku.

Jako nasi partnerzy możecie Państwo mieć wpływ na pytania, które pojawią się w ankiecie badawczej!

Co miesiąc udostępniać będziemy wyniki tego badania.



AUDYTY JAKOŚCI KOLPORTAŻU

Jako wydawca magazynu regularnie będziemy realizować audyty jakości kolportażu.

70% vs. **5%**

Audyty będziemy przeprowadzać w 70 proc. miast, w których zamierzamy dystrybuować „W Koszyku”. Dotychczasowa praktyka rynkowa dla tradycyjnych gazetek promocyjnych to nie więcej jak 5 proc. miejscowości.



WYŁĄCZNIE KOLPORTAŻ CERTYFIKOWANY

**Do współpracy wybraliśmy
sprawdzonych podwykonawców.**

Współpracujemy w tym projekcie z operatorami pocztowymi zarejestrowanymi w UKE, sygnatariuszami Kodeksu Dobrych Praktyk na rynku Direct Mail.

- CTRL System
- PostMaster



DOTRZESZ DO MILIONÓW

W Koszyku

„W Koszyku” dystrybuowany będzie w 49 byłych miastach wojewódzkich,
czyli w praktyce na terenie całego kraju.



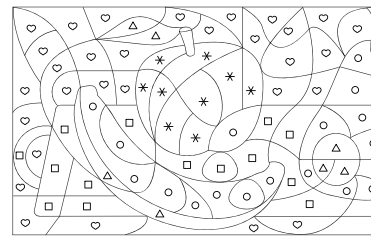
MAGAZYN SUPER OKAZJI

2 W koszyku

W k

Kolorowanka „Ukryte owoce”

Pokoloruj według klucza:



△ na zielono □ na brązowo ○ na szaro ✱ na czerwono ♥ na niebiesko

OCEŃ NAS

Szanowni Państwo, zależy nam na tym, aby ten magazyn spełniał w jak największym stopniu Państwa oczekiwania. Dlatego interesuje nas Państwa zdanie. Będziemy wdzięczni, jeśli zechcecie podzielić się z nami swoimi uwagami wypełniając ankietę, którą umieściliśmy tutaj: www.ankietadlaczytelnikow.pl

OENIASZ, POMAGA

Każda wypełniona ankieta przynosi do 1 zł wpłacone na konto Fundacji Dzieciom Siłę.

16 W koszyku



KRS: 0000305072



Twój 1% na wilka

W koszyku pomaga!

Czy wiesz, że „W koszyku” wspiera organizację pożytku publicznego?

1% wartości każdej reklamy zamieszczonej w naszym magazynie przekazujemy wybranej organizacji charytatywnej.

Obecnie współpracujemy z czterema NGO-sami:

- Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę
- Fundacja Centaurus
- Stowarzyszenie Mali Bracia Ubogich
- Fundacja Partnerstwo dla Środowiska

Ty też możesz pomóc, klikając w linki na stronie internetowej. Za każde kliknięcie przekazujemy 1 zł na rzecz współpracującej organizacji.

6 W koszyku

oponyetc.pl

10% RABATU z kodem: **OPONY2020**
Wpisz kod rabatowy w koszyku

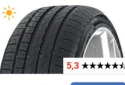
Polecane opony

Zetex HP2000 VFM



Od 179 zł/set. [Sprawdź](#)

Pirelli P7 Cinturato



Od 256 zł/set. [Sprawdź](#)

Nokian Powerpro



Od 304 zł/set. [Sprawdź](#)

Grecja bez kwarantanny!

wakacyjny klasyk powraca

wypoczyn.pl

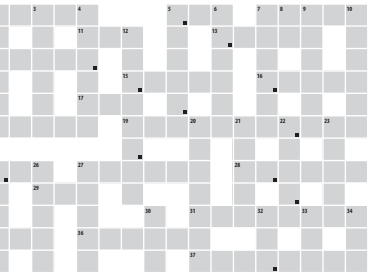


Krzyżówka

Krzyżówkę sponsoruje



Litery z pól oznaczonych kwadratami tworzą w kolejności hasło krzyżówki. Rozwiązanie krzyżówki z nr. 3/2021: KWITNACE BZY

POZIOMO 1. w sklepie wielobranżowym: mydło 1., 5. gatunek drzewa iglastego 7. tytuł szachideki 11. kształt płu. Apenińskiego 13. obrońca w masce 14. dzwony albo runki 15. papier na okrągło 16. solidne drzwi 17. w kinie albo siatce 18. hiszpańska potrawa z ryżu 19. można ją zobaczyć występując w reality show 24. zanim nastąpi oddech 27. każda kulejka go ma 28. roślina ląkowa o złotych kwiatach 29. za pierwszym planem 31. można ją przyszyć do ubrania 35. chłuba Wilanowa 36. fotograficzne np. w Alhambie 37. domena Białoczerwca 38. kobieta tworząca kreskówki 39. mały duch lub janiak

PIONOWO 1. do zębów lub na talerzu 2. jedna jaskółka jej nie czyni 3. np. Olbryński 4. dżarża 5. legendarny jednoróg 6. wojkowy płaszcz 7. tam gdzie warzą zły napój 8. miara powierzchni pola 9. cadońby styl w sztuce 10. stek 12. można w nie wpaść 18. włoskie imię kobiece 20. ojcostwo albo spadku 21. zamieszkanie lub pobytu 22. nie mówi 25. w nim brudna woda 24. mityczne groźne stworzenie albo gatunek ptaka 25. w pastce do zębów i w filizance 26. kamień z górnego potoku 27. czynność w czasie aerobiku 30. na czarną godzinę 32. np. Laskowik 33. z niego mleko 34. zaitnik

Tu może być Twoje logo



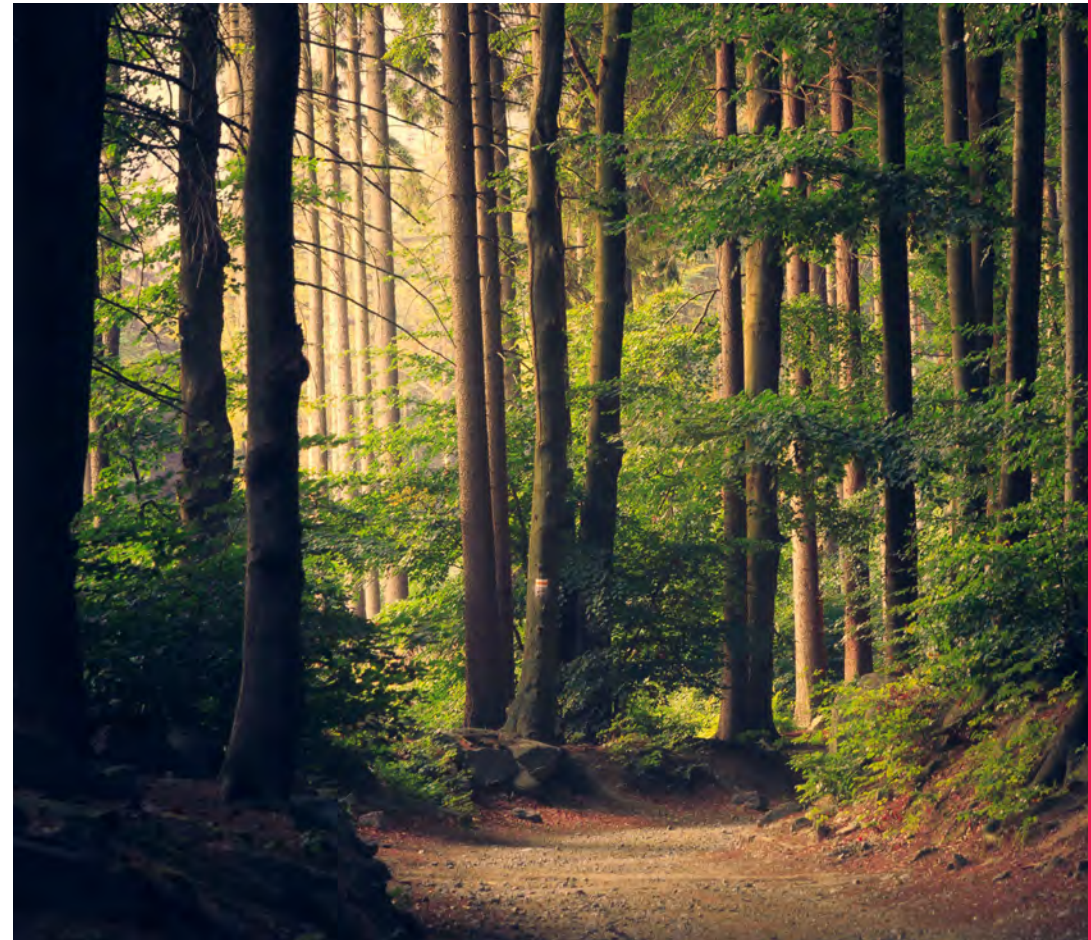
Redakcja i wydawca: Futurama
Solutions Rent Coworking, Pl. Trzech Krzyży 10/14, 00-499 Warszawa, mail: biuro@futura.com.pl, www.futura.com.pl
Polski: 4-000-000-000

MAGAZYN „W KOSZYKU” DRUKOWANY JEST NA PAPIERZE Z RECYKLINGU

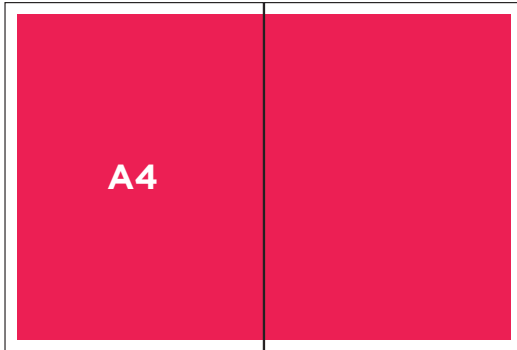
WYŁĄCZNIE CERTYFIKOWANY PAPIER Z RECYCLINGU

Magazyn super okazji
„W Koszyku” drukowany
jest na certyfikowanym (FSC)
papierze z recyklingu.

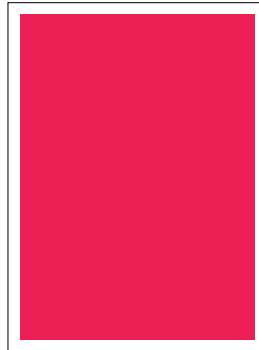
papier SCA 52 g/m²



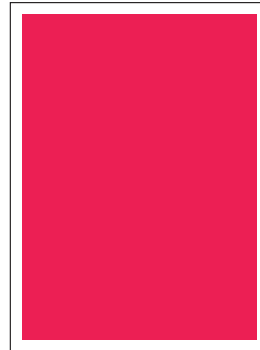
FORMATY REKLAMOWE DOSTĘPNE „W KOSZYKU”



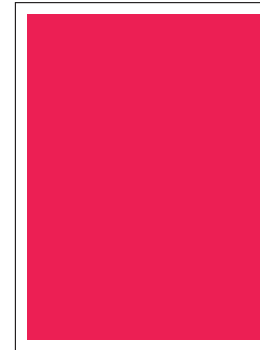
ROZKŁADÓWKA



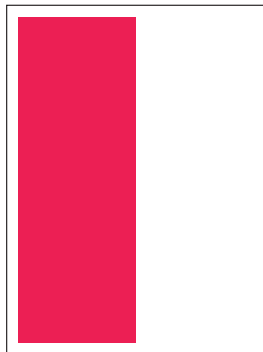
OKŁADKI II, III



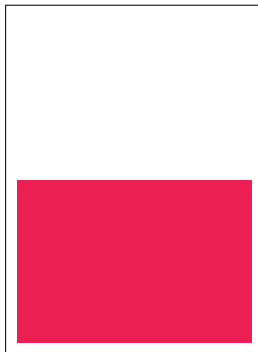
CAŁA STRONA



CAŁA 3. STRONA



1/2 STRONY PION



1/2 STRONY POZIOM

Ponadto możliwy jest sponsoring krzyżówki dla dorosłych oraz kolorowanki dla dzieci.

SPECIAL ONE-OFF OFFER -10%

W Koszyku

Parametry zniżki:

10% na II i III stronę okładki
oraz stronę 3 „W Koszyku”.

~~84 990 zł~~

76 491 zł



„W KOSZYKU” – PODSUMOWANIE

Najważniejsze wyróżniki

Konsumenci wolą przeczytać jedną gazetkę z ofertą wielu sklepów niż kilka gazetek różnych sklepów (63%)

- zasięg „W Koszyku” to **9 mln użytkowników** (users)
- **większość (98% users) poszłaby do sklepu** ze względu na ofertę „W Koszyku”
- 2 na 3 przeciwników tradycyjnych gazetek **(61% non-users) chciałyby sprawdzić zawartość „W Koszyku”**
- 3 na 5 przeciwników tradycyjnych gazetek **(58% non-users) byłoby skłonnych korzystać z promocji online** umieszczonych „W Koszyku”
- na tle innych kanałów komunikacji reklamowej „W Koszyku” **ma najniższy CPM, a jednocześnie wysoką konwersję** (szacowaną na 20%)

„W Koszyku” jako direct mail jest **najpopularniejszym źródłem informacji** o promocjach (34%).



O NAS

W Koszyku

Futurama to założona w 2013 r. agencja zajmująca się komunikacją marketingową.

Jesteśmy grupą konsultantów z wieloletnim doświadczeniem w zarządzaniu, marketingu i PR. Zrealizowaliśmy wiele projektów, dla wielu marek, dużych i małych, z różnych branż, zarówno krajowych, jak i międzynarodowych. Jeśli wymaga tego projekt, współpracujemy z innymi agencjami i ekspertami. W ten sposób tworzymy kompleksowe strategie i kampanie o wysokiej jakości i skuteczności.

Futurama Publishing to zespół, który powołaliśmy, aby projektować i wydawać media. Online i offline. Prace naszych projektantów były wielokrotnie nagradzane (m.in. Nagrody Główne w Konkursie Raporty Społeczne).

Należymy do grupy Human Signs, która jest członkiem ZFPR. W 2020 r. nagrodzono nas w konkursie Złote Spinacze.



Dziękujemy!

Futurama CI
Solutions Rent Coworking
Plac Trzech Krzyży 10/14
00-499 Warszawa

www.futurama.ci
www.wkoszyku.com.pl

e-mail: wkoszyku@futurama.ci