

Grupa Wirtualna Polska rośnie w siłę

01.09.2014

Grupa Wirtualna Polska (GWP) odnotowała w ostatnim czasie wiele sukcesów. Po zmianach właścicielskich, które miały miejsce w lutym tego roku, przeprowadziła reorganizację, przebudowała ofertę oraz dokonała przeglądu struktur firmy. W efekcie GWP zanotowała kilkunastoprocentowy wzrost przychodów i kilkudziesięcioprocentowy wzrost zysku netto.

Nie jest to koniec przemian w GWP. W trakcie reorganizacji są w obecnym czasie m.in. struktury informacyjne, część procedur i narzędzi. Zmiany przechodzi również WP.tv. Jeszcze w tym miesiącu otwarty zostanie nowy newsroom dla dziennikarzy serwisów informacyjnych. GWP wciąż też myśli o powiększaniu skali działalności w drodze akwizycji serwisów dzięki którym może uzupełnić brakujące contentowe obszary tematyczne. GWP negocjuje przejęcia m.in. w sektorze e-commerce, który został przez jej kierownictwo określony jako jeden z czterech kluczowych obszarów rozwoju (obok wideo, mobile i treści premium).

Zgodnie z zapowiedzią, z połączenia potencjałów Grupy o2 i Wirtualnej Polski powstał nowy lider polskiego Internet. Według badań Megapol PBI/Gemius za maj 2014, w badanym miesiącu wszystkie serwisy GWP odwiedziło 14,44 mln internautów, którzy wykonali w nich 3,14 mln odsłon, a każdy korzystał z nich średnio przez 6 godzin i 52:22 minuty. Natomiast sam portal WP.pl miał 11,52 mln użytkowników, 1,93 mld odsłon oraz 5 godzin i 28:32 minuty przypadające na przeciętnego użytkownika. Według rankingu witryn i witryn niezgrupowanych objętych audytem site-centric według miesięcznej liczby odsłon mobile, GWP zdobyła pierwsze miejsce spośród wszystkich grup witryn internetowych w Polsce.