

Milion użytkowników miesięcznie w 2005 zapowiada Bankier.pl

02.12.2004

Polacy coraz intensywniej wykorzystują internet kosztem mediów tradycyjnych. Pod względem zasięgu serwisy internetowe przewyższają już często tytuły prasowe. Portal finansowy Bankier.pl odwiedziła we wrześniu rekordowa liczba blisko 500 tys. unikalnych użytkowników, a na przyszły rok portal zapowiada osiągnięcie czytelnictwa na poziomie 1 mln osób miesięcznie. Plasuje to Bankiera w ścisłej czołówce mediów o tematyce finansowo-biznesowej w Polsce.

Najnowsze badania potwierdzają globalną tendencję do stopniowego zmniejszania intensywności korzystania z tradycyjnych mediów – telewizji, radia czy prasy, na korzyść Internetu. Jak pokazuje przeprowadzone przez Online Advertising Media badanie aż 45,6% Amerykanów wybiera Internet jako medium nr 1 (telewizja 34,6%; prasa 4,1%; radio 3,2%)*, a 47% deklaruje, że korzysta z internetu intensywniej niż rok wcześniej. Już teraz, na niektórych rynkach, reklamodawcy przeznaczają większe budżety na internet niż np. na radio. Jak podaje raport The Opera Economic & Media Forecast 2005, w przyszłym roku wydatki reklamowe na internet w Wielkiej Brytanii przewyższą wydatki na radio i wyniosą ok. 699 mln funtów.

Rosnąca penetracja internetu w Polsce sprawia, że także i u nas wiodące media elektroniczne umacniają swoją pozycję w stosunku do mediów tradycyjnych. Dzieje się tak między innymi na rynku mediów ekonomicznych. Tu swoją pozycję umacnia Bankier.pl, którego strony odwiedziła we wrześniu rekordowa liczba 473 tys. unikalnych użytkowników **. Tak szeroki zasięg plasuje portal nie tylko na czele serwisów finansowych, ale również innych mediów ekonomicznych, np. prasy.

“Ze względu na szereg zalet internetu jako źródła informacji jego rola i zasięg bez wątpienia będzie nadal wzrastać.” – mówi Piotr Wąsowski, Członek Zarządu ds. Rozwoju i Marketingu Bankier.pl S.A. „Już we wrześniu udało nam się osiągnąć zapowiadany na początku roku poziom 0,5 mln użytkowników w miesiącu, a docelowo, w perspektywie 1-

2 lat, zamierzamy docierać miesięcznie do 1 mln osób i umocnić się na pozycji lidera nie tylko w kategorii mediów elektronicznych, ale wszystkich mediów finansowych w Polsce.”

Rekordowa oglądalność Bankier.pl to rezultat konsekwentnej i systematycznej pracy nad rozwojem portalu, poszerzaniu zakresu dostępnego kontentu, a także wychodzenia naprzeciw zróżnicowanym potrzebom informacyjnym czytelników. „Prezentujemy zarówno szczegółowe dane wykorzystywane przez inwestorów czy profesjonalistów w pracy zawodowej, jak również opracowania o charakterze poradnikowym mające na celu przybliżyć zagadnienia finansowe osobom nie poruszającym się biegle w tej dziedzinie” – mówi Marcin Dziadkowiak, redaktor prowadzący Bankier.pl. Na największy w polskim internecie zakres źródeł informacji ekonomicznych składają się m.in. Financial Times, IS BusinessWire, Gazeta Prawna, Profit, Gazeta Finansowa, BusinessWeek i wiele innych.

Znaczące poszerzenie zasięgu umożliwiły także niedawne inwestycje Bankier.pl. We wrześniu spółka przejęła dedykowany przedsiębiorcom serwis Twoja-Firma.pl. Umożliwiło to pozyskanie ponad 100 tys. nowych użytkowników, głównie osób zajmujących się prowadzeniem działalności gospodarczej, oraz tym samym wzmocnienie oferty reklamowej portalu o dotarcie do tej grupy. W listopadzie serwisy Bankier.pl dedykowane przedsiębiorcom znacznie powiększyły swój zasięg i teraz mają już ponad 200 tys. unikalnych użytkowników miesięcznie.

Jednocześnie Bankier stale utrzymuje wysokiej jakości profil czytelników, wyróżniający się na tle innych mediów elektronicznych. Ponad połowa czytelników Bankier.pl posiada wyższe wykształcenie (pośród ogółu internautów – 20%). 62% stanowią menedżerowie, właściciele firm i pracownicy umysłowi (pośród ogółu internautów – 34%).

Szybki wzrost liczby czytelników znajduje bezpośrednie przełożenie na wyższe przychody z kluczowych dla Bankiera źródeł – pośrednictwa finansowego i reklamy internetowej. Prognozowana wartość obrotów w Centrum Finansowym – platformie transakcyjnej Bankier.pl – w 2004 roku to aż 100 mln zł, czyli kilkukrotnie więcej niż w roku ubiegłym. Jednocześnie wzrost przychodów z reklamy w I półroczu 2004 w stosunku I półroczu 2003 wyniósł 110%, czyli ponad dwukrotnie więcej niż wynosi wzrost całego rynku reklamy online w tym roku.

* Badanie Generational Media Study, przeprowadzone przez Frank N.Magid Associates na zlecenie Online Advertising Media, wrzesień 2004.

** Na podstawie badania gemiusTraffic oraz statystyk własnych [wrzesień 2004], dane łączne dla serwisów bankier.pl, euro.bankier.pl i twoja-firma.pl, przy uwzględnieniu współgłębkości.