



IRCENTER.COM

# THE VOICE OF POLAND

W TELEWIZJI I W INTERNECIE



TELEWIZJA POLSKA  
Biuro Reklamy



FOT. JASTRZĄBPOST

# THE VOICE OF POLAND

## NAJWAŻNIEJSZE FAKTY

- VI edycja programu **The Voice of Poland** była emitowana w TVP2 w soboty od godz. 20:00 w dniach od 5 września do 29 listopada 2015. Jeden odcinek przyciągał przed telewizory średnio 2,2 mln widzów. **Widownia wzrosła o 13%** w porównaniu do V edycji show.
- Fani **The Voice of Poland**, którzy nie oglądali sobotnich odcinków w telewizji bardzo często oglądali je w niedzielę w internecie. Materiały VOD TVP zostały odtworzone łącznie 6,1 mln razy, a strona [voice.tvp.pl](http://voice.tvp.pl) wygenerowała 12,6 mln odsłon [dane za okres 01.09-01.12.2015].
- W trakcie trwania muzycznego show w mediach społecznościowych dominował Facebook. Fanpage VOP polubiło ponad 136 tys. nowych fanów. Duża liczba komentarzy i udostępnień treści z fanpage pozwoliła zająć mu **1. miejsce w rankingu najbardziej angażujących marek na Facebooku** w listopadzie 2015 [w kategorii Programy TV].
- Do zasięgu muzycznego show w mediach społecznościowych przyczyniły się także: profil na Instagramie, [54 tys. polubieni] i na Twitterze [19 tys. obserwujących]. Komentowanie występów stało się dla fanów programu bardziej atrakcyjne dzięki Social TV.



IRCENTER.COM

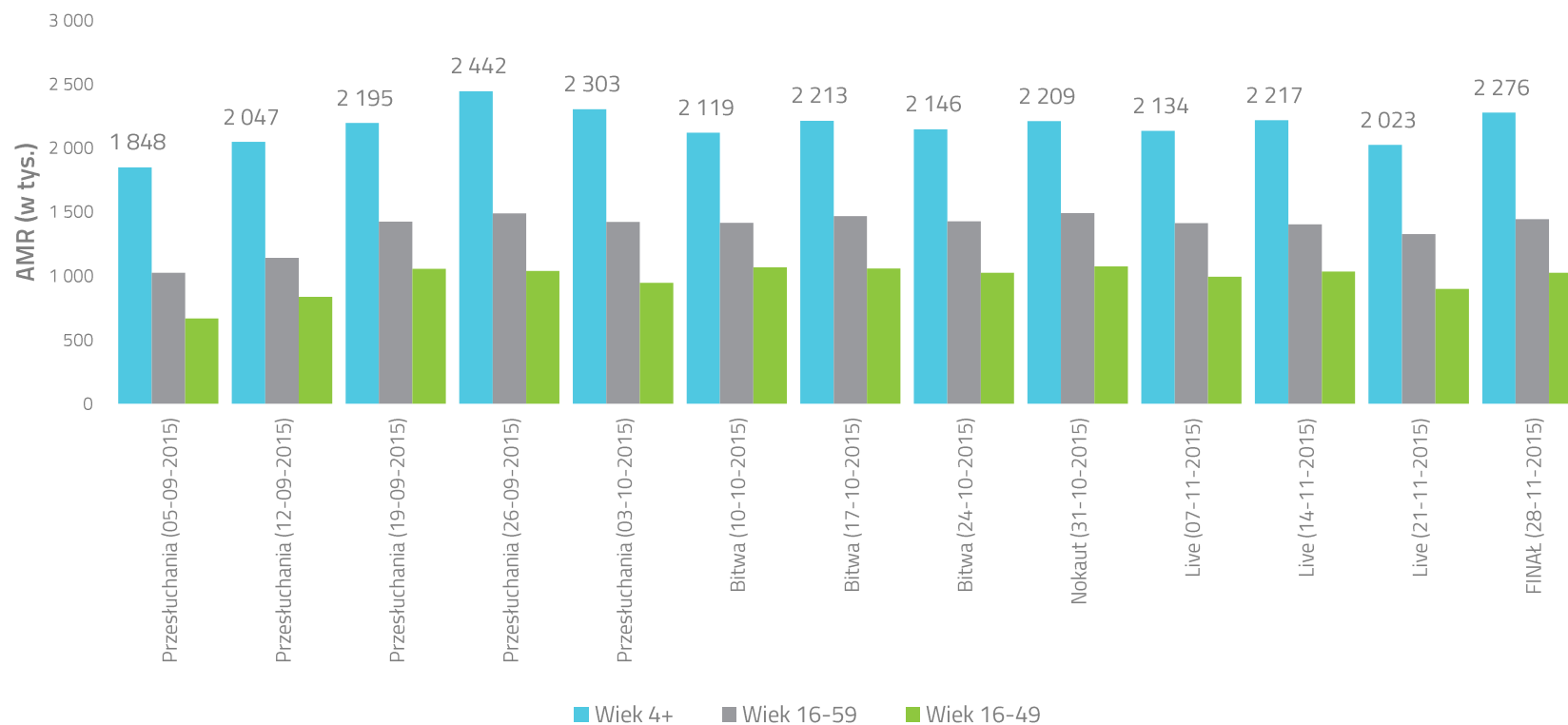
# OGŁĄDALNOŚĆ W TV I INTERNECIE

TVP

TELEWIZJA POLSKA  
Biuro Reklamy

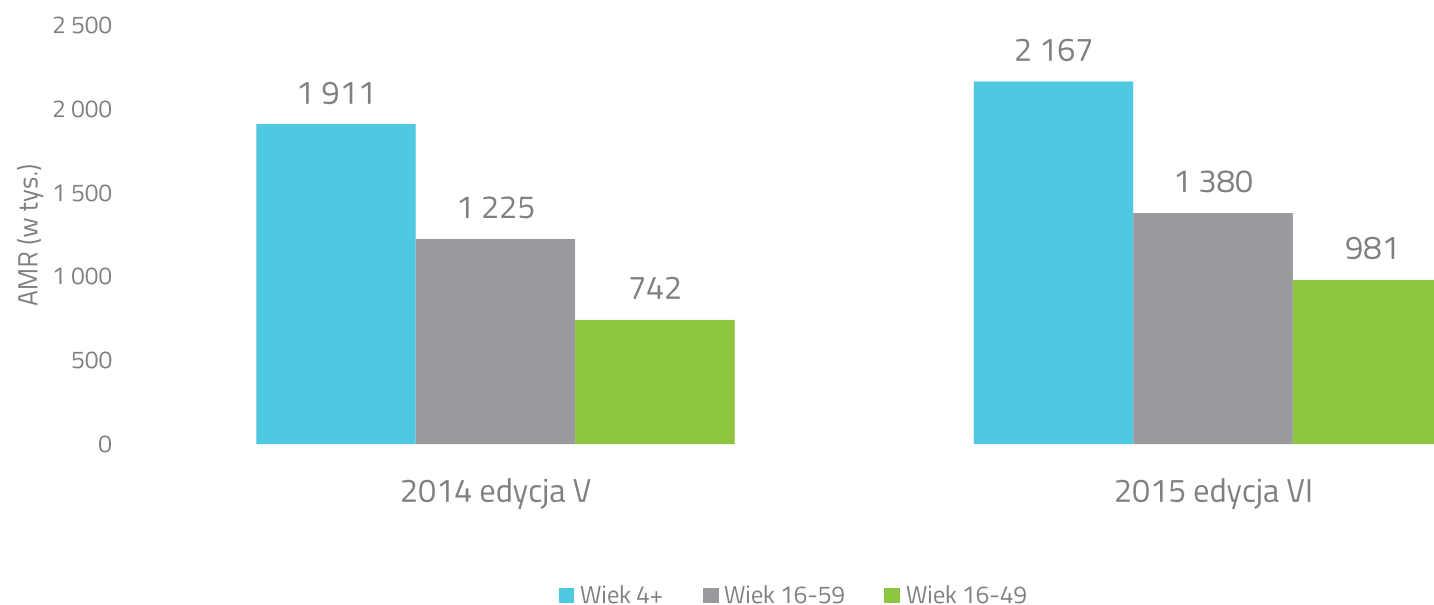
# THE VOICE OF POLAND

## EMISJE TV



# THE VOICE OF POLAND

## EMISJE TV - PORÓWNANIE V I VI EDYCJI



VI edycja The Voice of Poland gromadziła większą średnią widownię niż edycja V z 2014 roku. W grupie osób w wieku 16-49 przyrost widowni wyniósł aż 32%, a w grupach wiekowych 4+ i 16-59 przyrost wyniósł +13%.

# THE VOICE OF POLAND

## PODSTAWOWE WSKAŹNIKI WIDOCZNOŚCI

ŚREDNIA  
WIDOWNIA W WIEKU 4+



2,17 MLN

SUMA ODSŁON  
VOICE.TVP.PL



12,6 MLN

SUMA ODTWORZEŃ  
WIDEO



6,1 MLN

ŚREDNIA  
WYŚWIETLEŃ 1 DNIA



801 TYS.

SUBSKRYPCJA  
KANAŁU VOP



174 TYS.

NOWE POLUBIENIA  
PROFILU



136 TYS.

LICZBA  
OBSERWUJĄCYCH



54 TYS.

ŚREDNIA LICZBA  
UŻYTKOWNIKÓW  
VOICE.TVP.PL



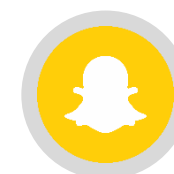
27 TYS.

LICZBA  
OBSERWUJĄCYCH



19 TYS.

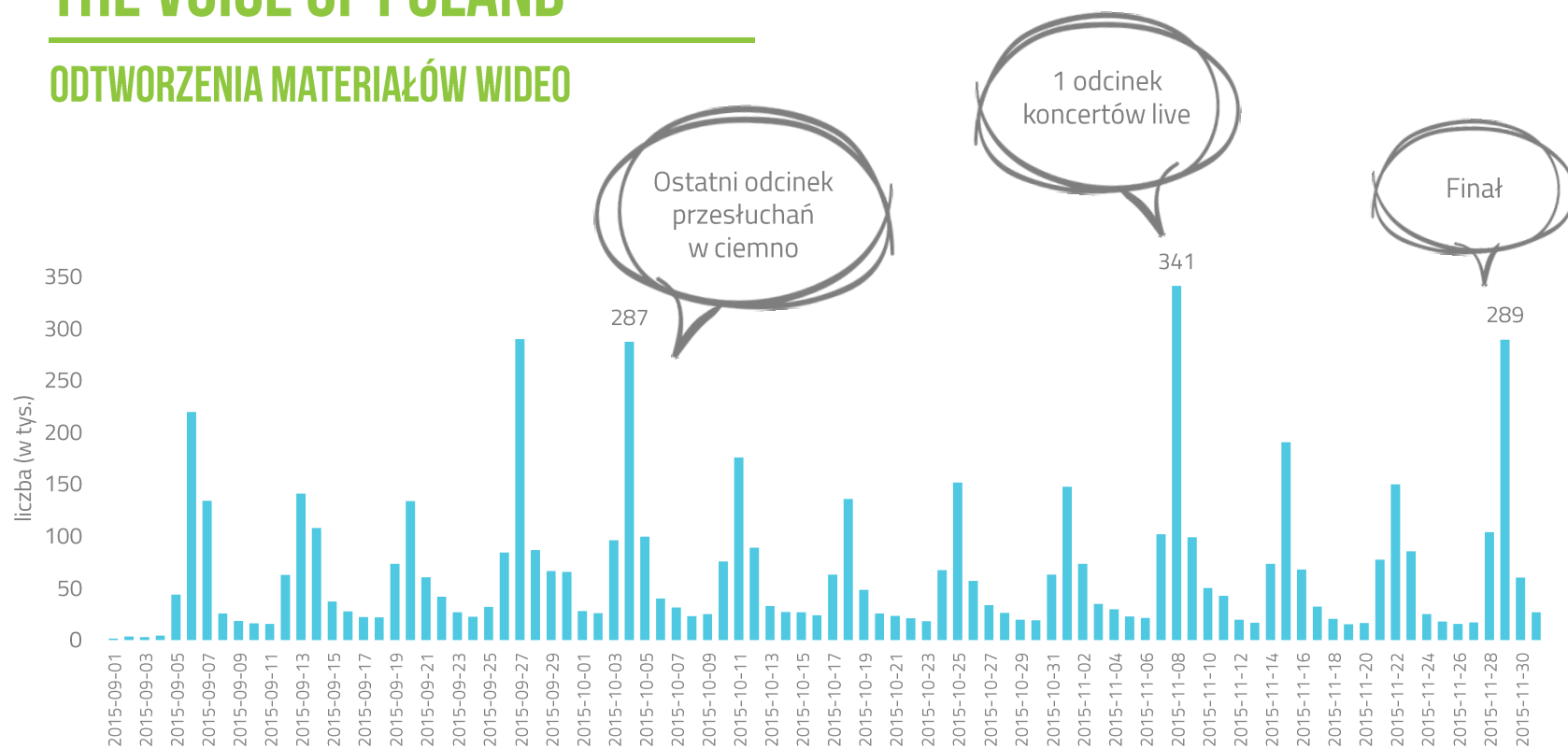
MAX. LICZBA  
OBSERWUJĄCYCH



15 TYS.

# THE VOICE OF POLAND

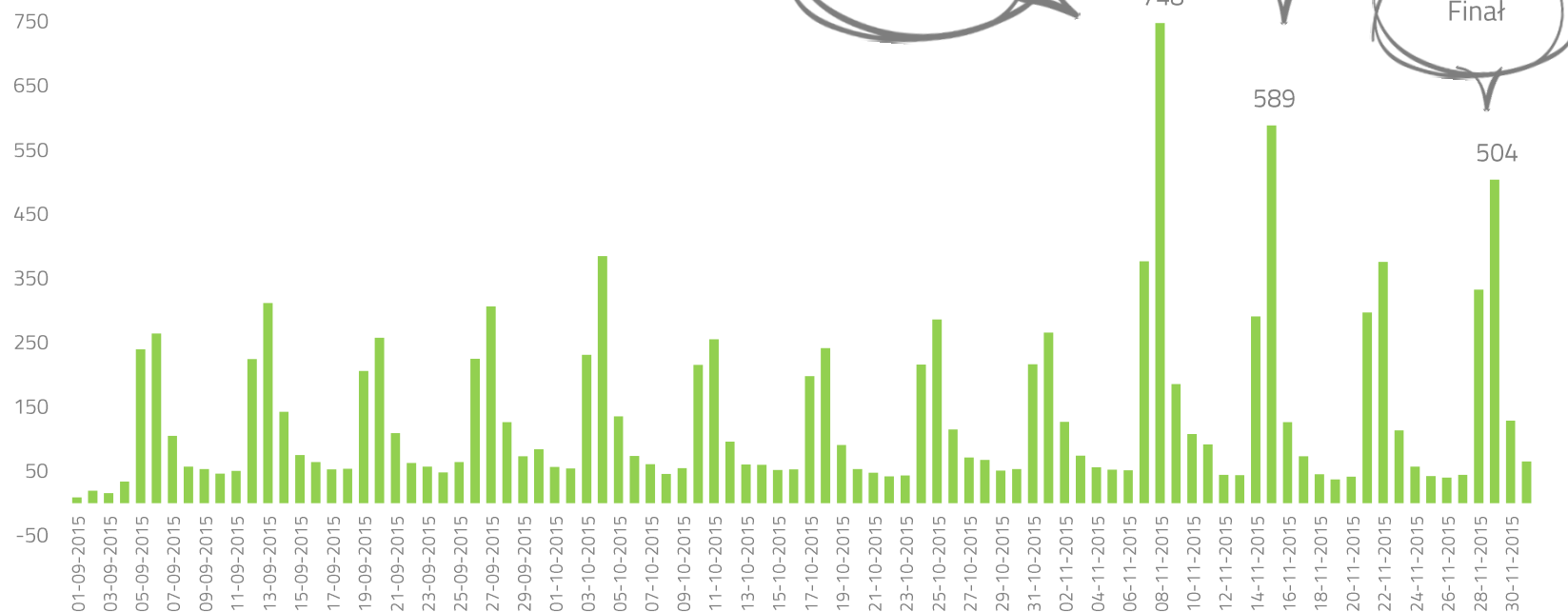
## ODTWORZENIA MATERIAŁÓW WIDEO



Materiały wideo były dostępne m.in. na stronach: [voice.tvp.pl](http://voice.tvp.pl) oraz [vod.tvp.pl](http://vod.tvp.pl). **Zostały odtworzone łącznie ponad 6 mln razy.** Największa liczba odtworzeń [341 tys.] przypadła na 08.11.2015 – dzień po emisji pierwszego odcinka na żywo.

# THE VOICE OF POLAND

## ODSŁONY STRONY VOICE.TVP.PL



Strona voice.tvp.pl w okresie od 1 września do 1 grudnia 2015 uzyskała **liczbę odsłon równą 12,6 mln.**

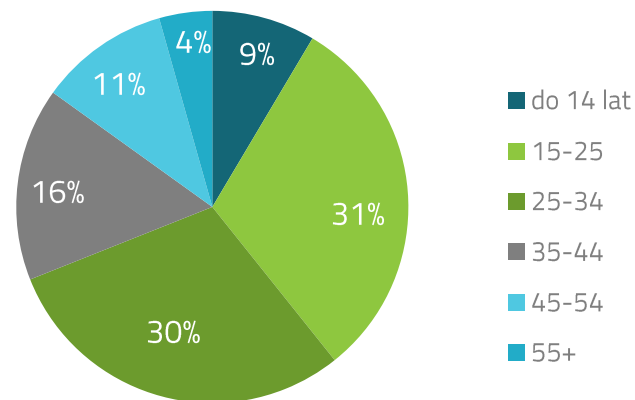
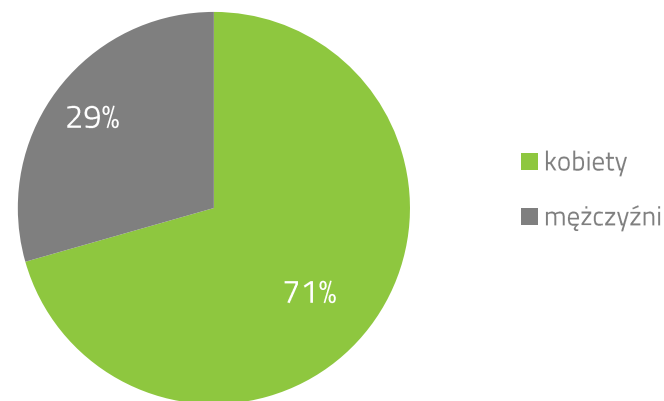




- Średnio jednego dnia stronę odwiedzało 27,4 tys. użytkowników, którzy generowali 136,5 tys. odsłon.
- Rekordowy pod względem liczby użytkowników był dzień po emisji finałowego odcinka – w niedzielę 29.11 stronę voice.tvp.pl odwiedziło 116,4 tys. Internautów.
- Większość użytkowników strony voice.tvp.pl to kobiety [71%], mężczyźni stanowią 29% użytkowników.
- Użytkownicy strony voice.tvp.pl to w większości osoby młode. Osoby w wieku do 35 roku życia stanowią aż 69% użytkowników.

# THE VOICE OF POLAND

## STRONA VOICE.TVP.PL



Źródło: Gemius Profile, dane: 01.10-31.10.2015



IRCENTER.COM

ZASIĘG W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

TVP

TELEWIZJA POLSKA  
Biuro Reklamy

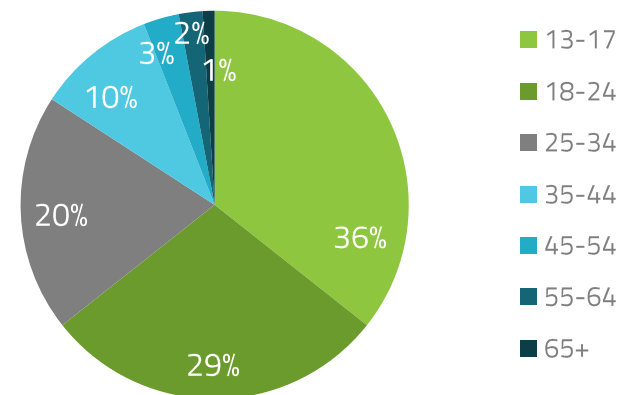
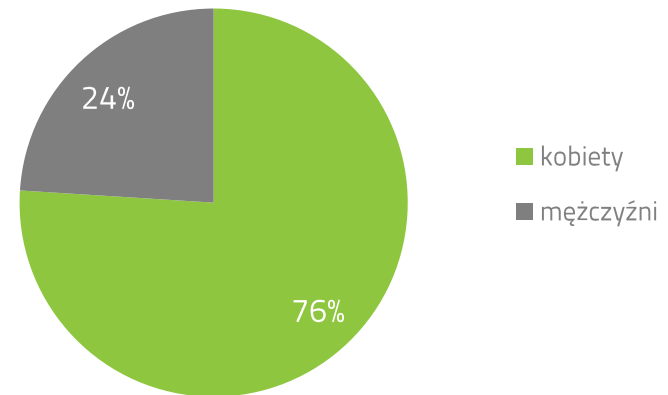
756,3 TYS.



- Fanpage The Voice of Poland polubiło ponad 756,3 tys. osób. W trakcie emisji VI edycji programu profil zyskał 136,1 tys. nowych fanów.
- Wśród fanów przeważają kobiety, stanowią aż 76%. Niemal 2/3 fanów VOP to osoby z najmłodszych kategorii wiekowych - poniżej 24 roku życia.
- Najwięcej nowych fanów - niemal 18 tys. przybyło w dniu 7.11.2015 [sobota]. Był to pierwszy dzień emisji koncertów na żywo.
- Średni zasięg:
  - dzienny = 641 tys.
  - w soboty = 14 755 tys.
  - w niedziele = 13 310 tys.
- W soboty najczęściej osób udostępniało na swoich profilach treści z fanpage VOP - średnio 30 755 udostępnień. W dniu 24.10.2015 aż 356 tys. osób oglądało [co najmniej przez 3 sekundy] wideo na fanpage.

# THE VOICE OF POLAND

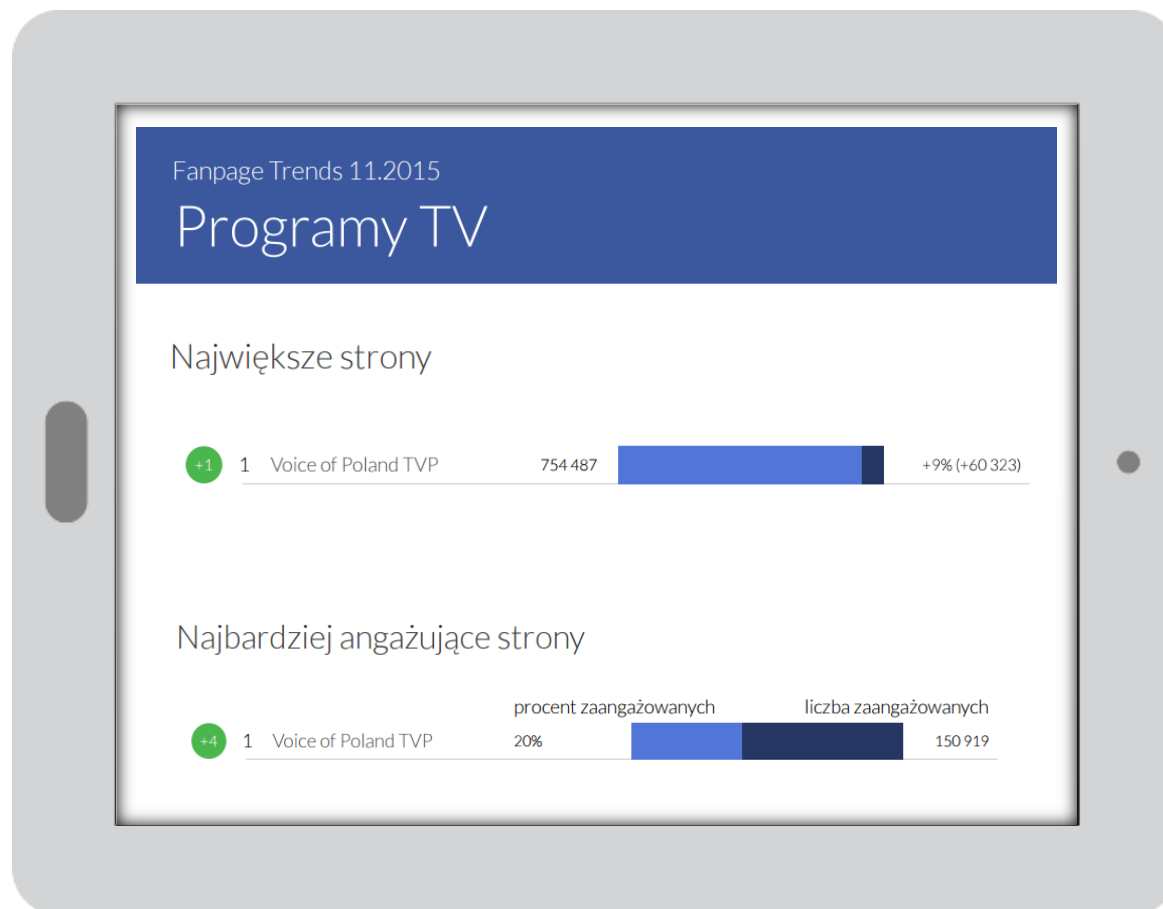
## FANPAGE THE VOICE OF POLAND



Źródło: <https://www.facebook.com/voiceofpoland/>, 01.09-01.12.2015

# THE VOICE OF POLAND

## FANPAGE THE VOICE OF POLAND



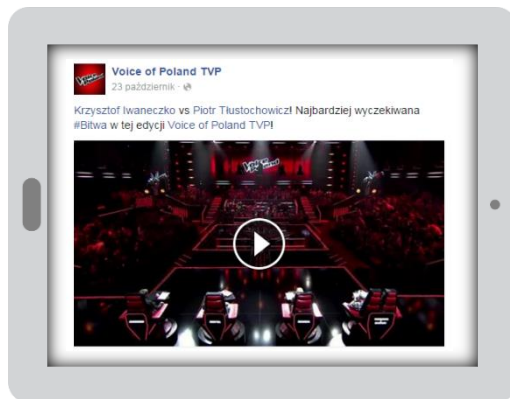
Fanpage  
The Voice of Poland zajął  
pierwsze miejsce  
w rankingu największych  
i najbardziej angażujących marek  
w kategorii programy TV.

# THE VOICE OF POLAND

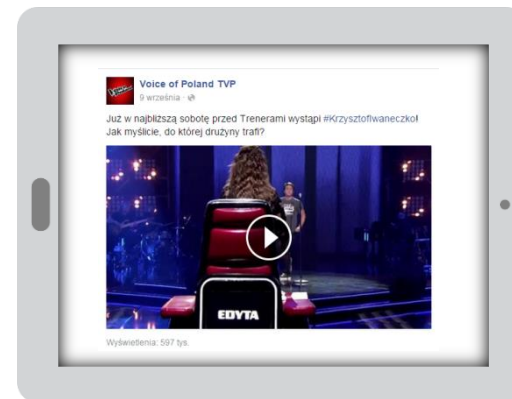
## NAJBARDZIEJ ANGAŻUJĄCE POSTY



49,6 TYS.



13,7 TYS.

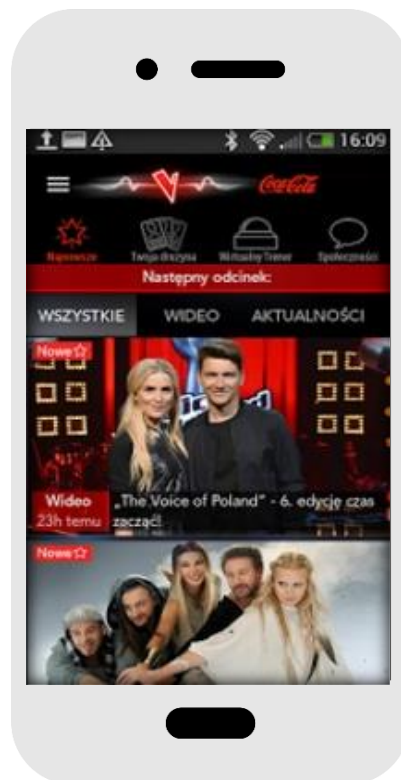
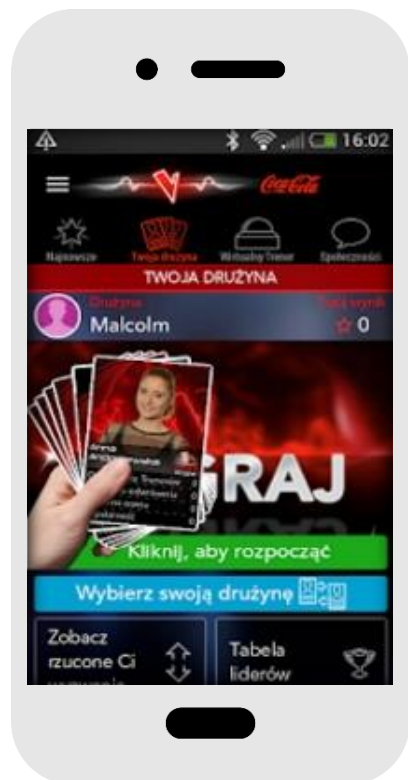


11,7 TYS.

Największe zaangażowanie fanów wywoływały posty z wideo utworów wykonywanych przez uczestników The Voice of Poland. Fani chętnie udostępniali takie posty na swoich tablicach oraz gorąco komentowali który z uczestników powinien przejść dalej oraz czy decyzje jurorów były sprawiedliwe.

# THE VOICE OF POLAND

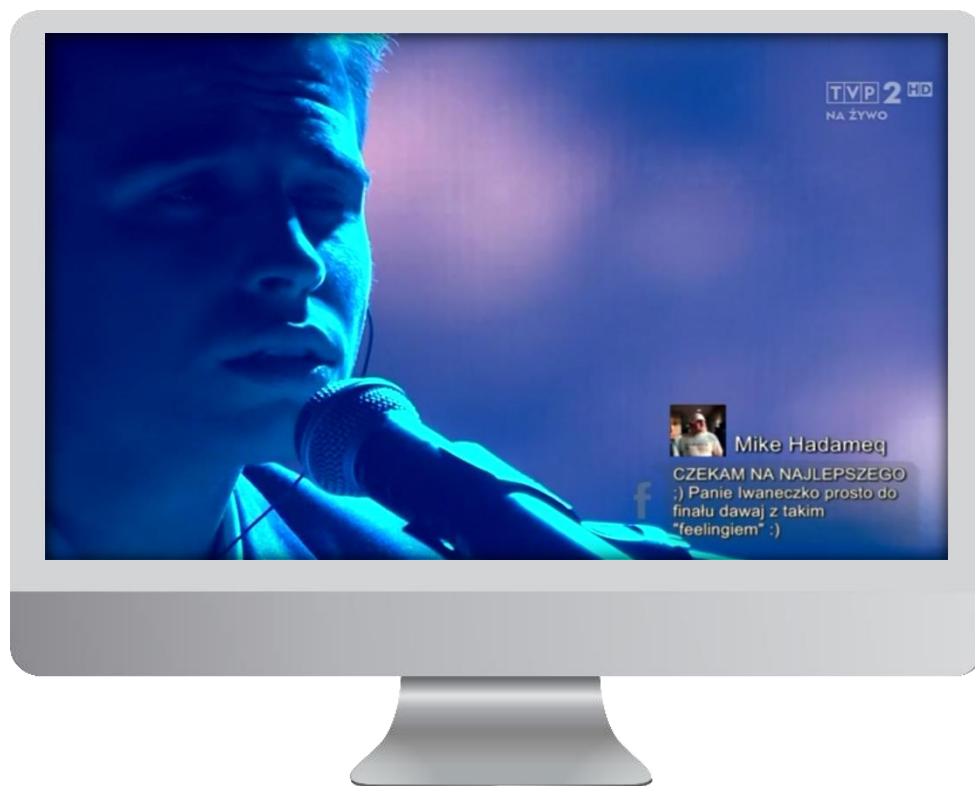
## APLIKACJA „THE VOICE OF POLAND – ZOSTAŃ TRENEREM!”



- Aplikacja The Voice of Poland – Zostań Trenerem dostępna jest na smartfony i tablety z systemem Android.
- Dzięki niej fani mogli głosować na swoich ulubionych uczestników, oglądać zdjęcia i filmy oraz sprawdzać swoją wiedzę w quizach.
- Aplikacja została pobrana 156 tys. razy, a użytkownicy uruchomili ją 2,6 mln razy.

# THE VOICE OF POLAND

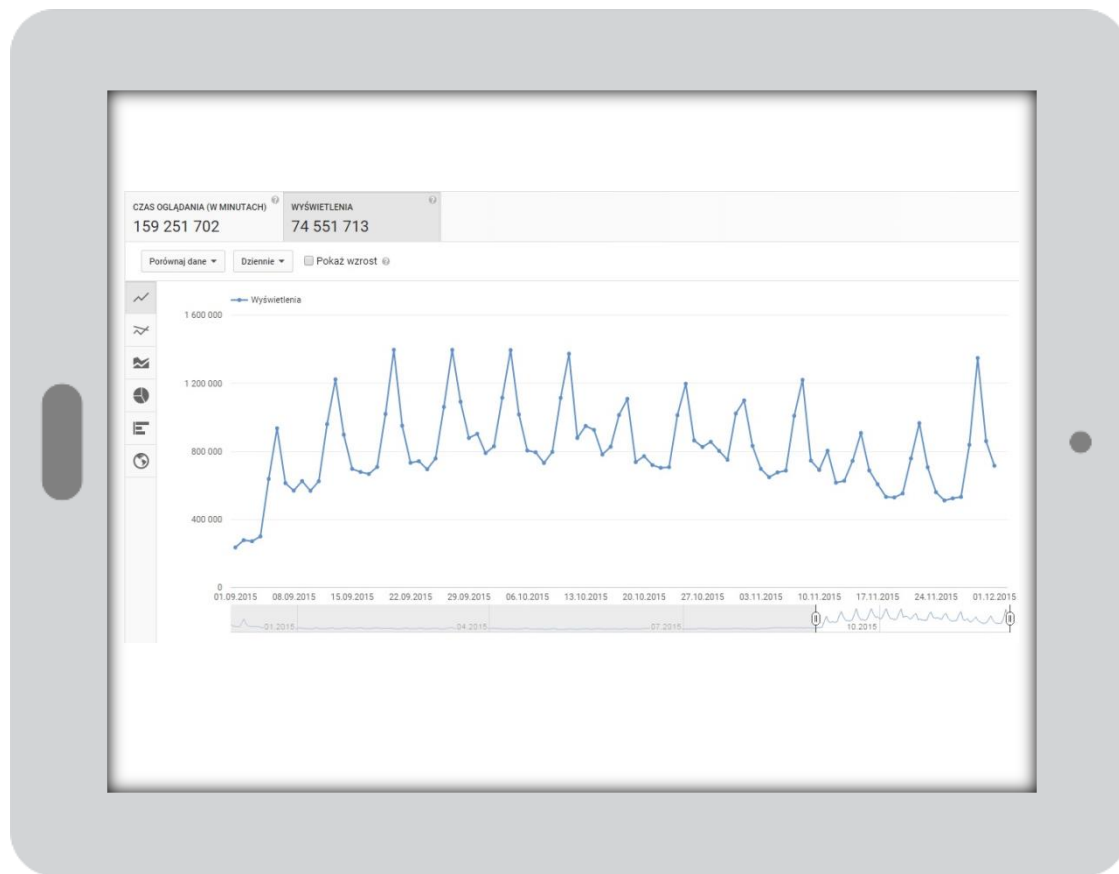
## SOCIAL TV



- Dzięki Social TV, fani zrzeszeni na Facebook.com, Twitterze, Instagramie, czyli najważniejszych mediach społecznościowych mogą publikować swoje komentarze, zdjęcia i krótkie posty, a najciekawsze z nich są wyświetlane na ekranie telewizora.
- Social TV TVP silnie angażowało widownię do interakcji i zabawy.

# THE VOICE OF POLAND

## YOUTUBE



- Gdyby jedna osoba próbowała odtworzyć na Youtube wszystkie filmy tak często jak oglądali je fani VOP, to skończyłaby oglądanie w 205 wieku 😊
- Treści z kanału VOP zostały wyświetlone niemal 75 mln razy!\*
- Szósta edycja The Voice of Poland osiągnęła najwyższą sumę wyświetleń, przebijając niemal dwukrotnie wyniki poprzednich edycji [II-V]. Występy uczestników w prześluchaniach w ciemno były najczęściej odtwarzanymi materiałami wideo. Utwór Krzysztofa Iwaneczko - „Nieznajomy” został odtworzony aż 3,9 mln razy.\*\*



# THE VOICE OF POLAND

## TWITTER I INSTAGRAM



TWITTER

OBSERWUJĄCYCH



18 900

TWEETY



3 316



INSTAGRAM

OBSERWUJĄCYCH



55 200

POSTY



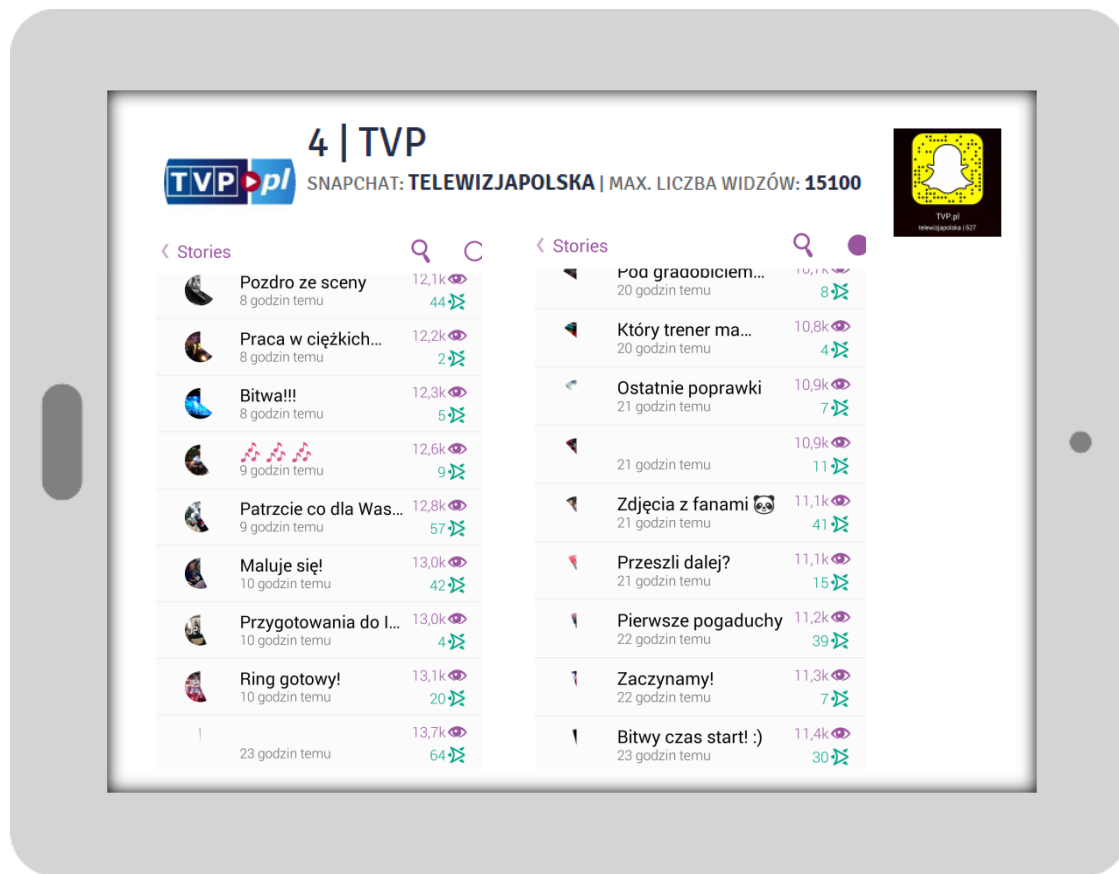
1 317

Twitter The Voice of Poland prowadzony jest od lutego 2013. Do tej pory powstały 3 316 tweety. Profil zgromadził 18,9 tys. osób obserwujących. Na profilu Twitterowym The Voice of Poland znajduje się 375 zdjęć lub filmów.

Instagram The Voice of Poland zgromadził ponad 55 tys. obserwujących. No koncie znajduje się ponad 1,3 tys. postów, większość z nich to zdjęcia lub filmy zza kulis.

# THE VOICE OF POLAND

## SNAPCHAT



- Snapchat Telewizji Polskiej zajął 4 miejsce w rankingu top100 marek polskiego Snapchata.
- Snapchat to narzędzie komunikacji z fanami, które dostarcza im unikalne i ulotne treści. Opcja MyStory pozwala wydłużyć dostęp do materiału do 24 godzin.
- Materiały zawierały: relacje zza kulis programu, filmy podglądające produkcję programu, zaproszenia i pozdrowienia od uczestników i prowadzących [zdjęcia + filmy].
- Maksymalna liczba widzów wyniosła ponad 15 tys.



IRCENTER.COM

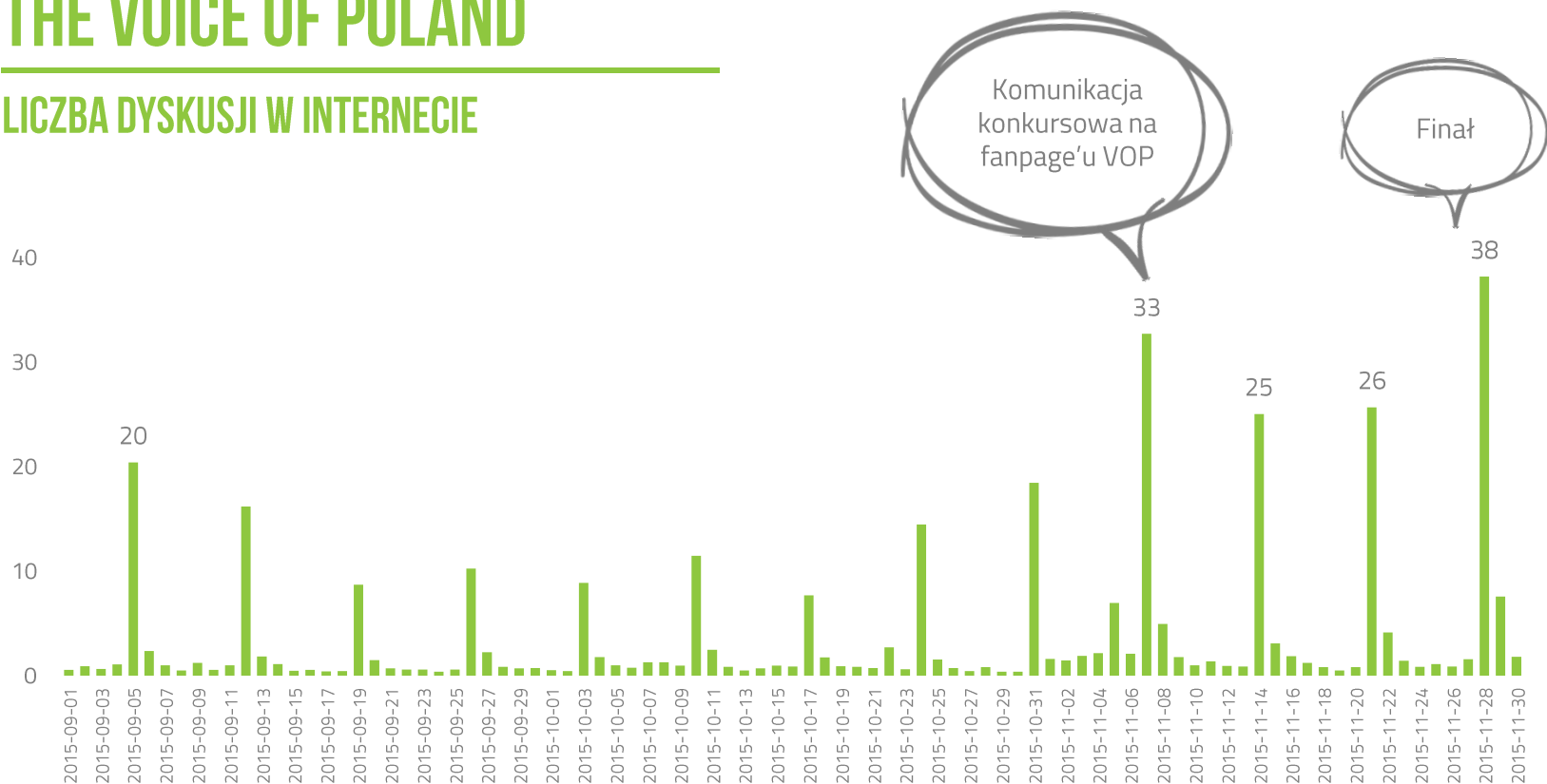
# PRZESTRZEŃ DYSKUSJI W INTERNECIE

TVP

TELEWIZJA POLSKA  
Biuro Reklamy

# THE VOICE OF POLAND

## LICZBA DYSKUSJI W INTERNECIE



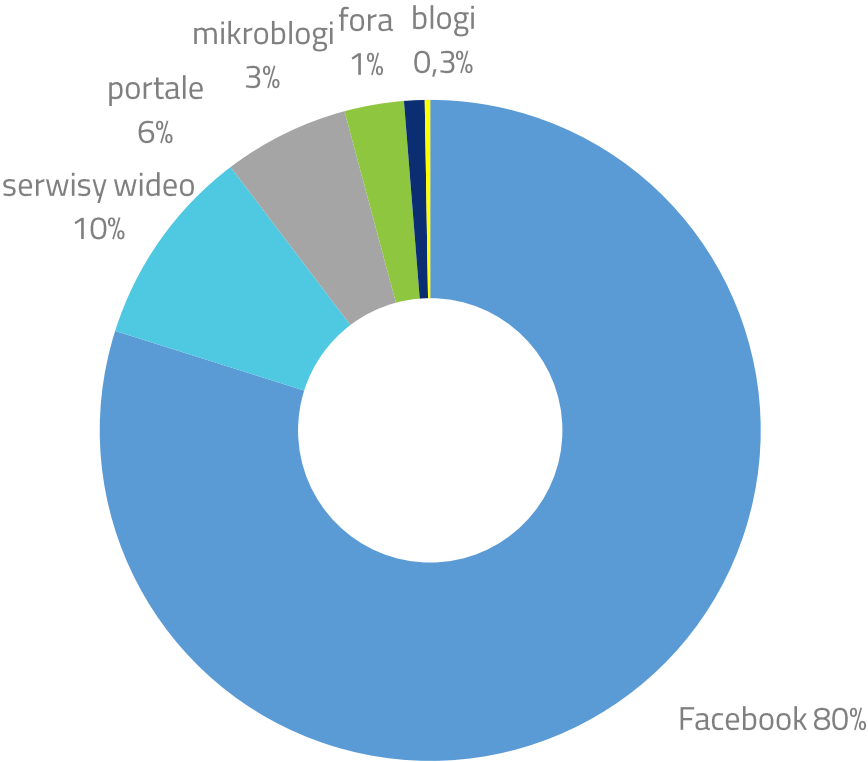
Bieżące odcinki The Voice of Poland były gorąco komentowane w internecie. Średnio powstawało 1,2 tys. postów dziennie, a maksymalnie 38,2 tys. [w dniu emisji finałowego odcinka].



FOT. JASTRZABPOST

# THE VOICE OF POLAND

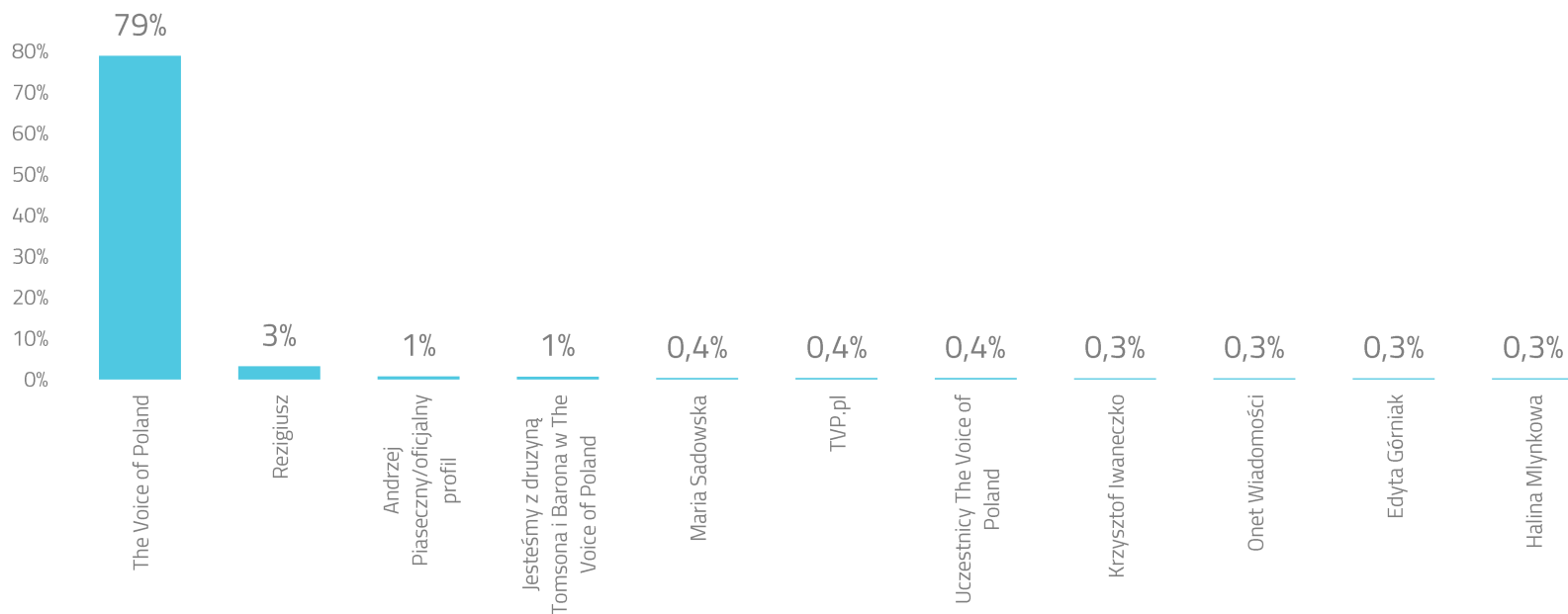
## PRZESTRZEŃ DYSKUSJI W INTERNECIE



Źródło: IRCenter, 01.09-30.11.2015

# THE VOICE OF POLAND

## 10 FANPAGE Z NAJWIĘKSZYM ODSETKIEM DYSKUSJI NA FACEBOOKU



Na Facebooku pojawiło się najwięcej postów i komentarzy na temat muzycznego show. Wzmianki były widoczne przede wszystkim na fanpage'u VOP, na fanpage'ach osób związanych z programem: Rezigiusz, Andrzej Piasek Piaseczny, Maria Sadowska, a także na fanpage'ach dedykowanych uczestnikom: uczestnicy VOP, Krzysztof Iwaneczko [zwycięzca 6 edycji].



FOT. JASTRZĄBPOST

# DZIĘKUJEMY ZA UWAGĘ

---

IRCENTER.COM

ul. Rakowiecka 34/13, 02-532 Warszawa  
[www.ircenter.com](http://www.ircenter.com)



**TELEWIZJA POLSKA**  
Biuro Reklamy

ul. Woronicza 17, 00-999 Warszawa  
[www.brtpv.pl](http://www.brtpv.pl)