

hatajska.com – profil serwisu

O blogu

Założenie pierwotne:

- stworzyć **opiniotwórczy serwis o reklamie**, który łączyłby świat najnowszych teorii marketingowych z praktyką marketingową na najwyższym poziomie

Efekt:

- w sierpniu 2009 blog hatalska.com (jako najmłodszy blog w zestawieniu) zajął **12. miejsce wśród 30 najbardziej wpływowych polskich blogów** w rankingu opublikowanym przez Kominka (www.kominek.tv);
- w lutym 2010 w konkursie Blog Roku organizowanym przez Onet S.A. blog hatalska.com otrzymał **nagrodę główną w kategorii Profesjonalne** oraz **Wyróżnienie Główne** jako jeden z trzech najlepszych blogów 2009 roku w Polsce

BLOG ROKU 2009

NAJLEPSZY BLOG W KATEGORII
PROFESJONALNE

BLOG ROKU 2009

WYRÓŻNIENIE GŁÓWNE

O autorce

- ekspert w dziedzinie alternatywnych form komunikacji marketingowej
- w latach 2005-2009 kierownik działu komunikacji w Wirtualnej Polsce; wcześniej zajmowała stanowisko menedżera ds. public relations w NIVEA Polska i Young Digital Planet
- pomysłodawczyni wielu kampanii opartych na niestandardowych działaniach reklamowych i nagrodzonych w konkursach reklamowych (MediaTrendy, Golden Arrow, Obsesja Papieru), w tym także akcji charytatywnej *Kup sobie blogera!*
- autorka wielu publikacji, wykładów i warsztatów poświęconych niestandardowym formom komunikacji marketingowej; obecnie pisze na ten temat pracę doktorską
- wykłada m.in. w SGH, SWPS i w Szkole Mistrzów Reklamy (przy Akademii L. Koźmińskiego)
- juror w prestiżowych konkursach reklamowych, m.in.: KTR (od 2008 roku) i MediaTrendy (2009)



Kontent

Blog hatalska.com kładzie szczególne silny akcent na aspekt „teoretyczno-dydaktyczny” – wpisy nie tylko komentują zastaną rzeczywistość, ale wielokrotnie poparte są badaniami z różnych dziedzin nauki publikowane. W serwisie dostępne są m.in.:

- materiały dotyczące szeroko pojętej komunikacji marketingowej ze szczególnym uwzględnieniem form niestandardowych (ambient media, marketing wirusowy, szeptany)
- sekcja *Moje Publikacje* – wersje pdf autorskich artykułów publikowanych w pismach branżowych i prezentacji z wystąpień na konferencjach
- sekcja *Wywiady* – autorskie wywiady z przedstawicielami branży z Polski i świata
- sekcja *Polish Thursday* – po angielsku o polskich niestandardach, przygotowywana we współpracy ze Stowarzyszeniem Komunikacji Marketingowej SAR (www.sar.org.pl)
- konkursy, które również spełniają cele naukowe – nagrodami są m.in.: książki, wejściówki na konferencje, stypendia etc. (partnerami konkursów byli dotychczas m.in.: Szkoła Mistrzów Reklamy, Biuro Obchodów Chopin 2010, Universal McCann, MT Biznes)

Profil czytelnika

- wśród czytelników znajdują się osoby zainteresowane reklamą: przedstawiciele największych w Polsce agencji reklamowych, domów mediowych, marketerzy, wykładowcy akademicki oraz studenci kierunków takich jak, marketing, psychologia, dziennikarstwo etc.

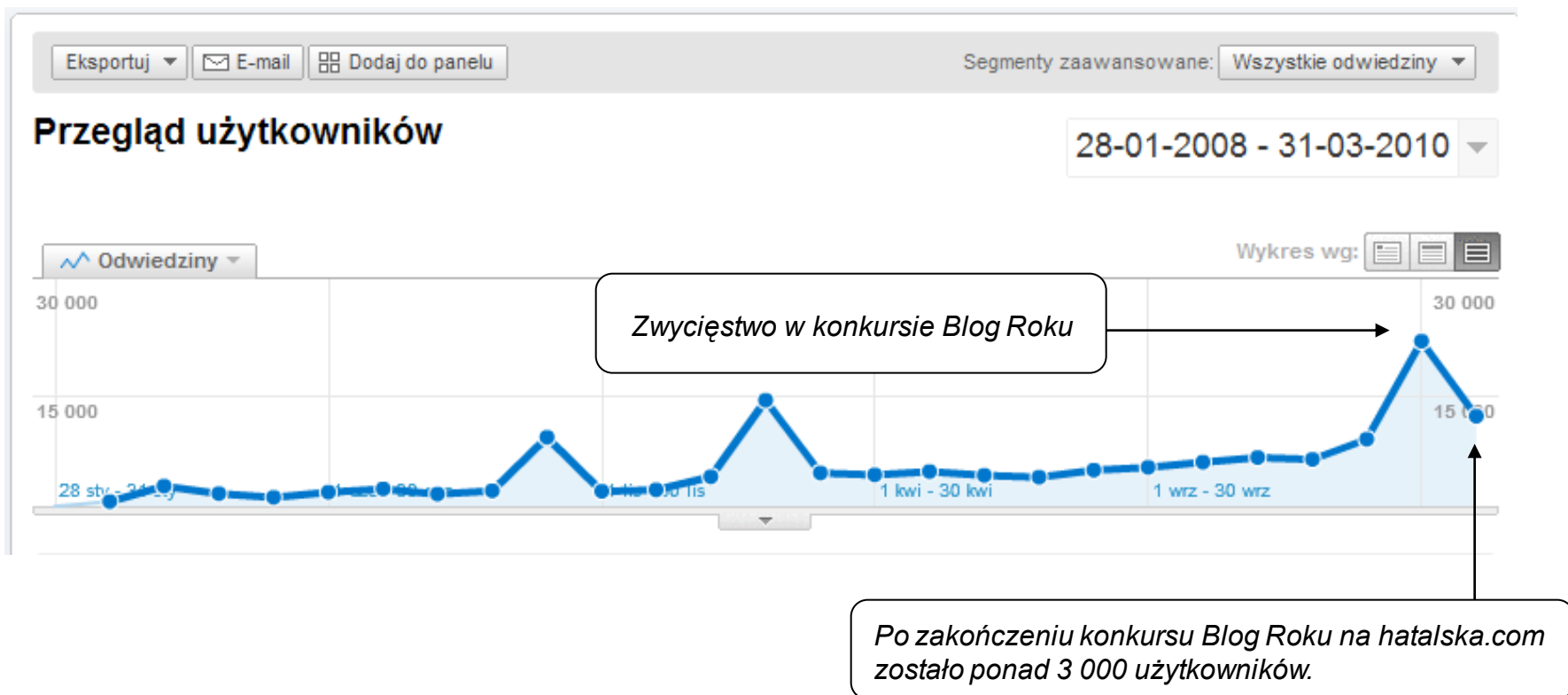
Podział geolokalizacyjny użytkowników serwisu:*

	Poziom szczegółów: Miasto	Odwiedziny ↓	Strony/odwiedziny	Śr. czas spędzony w witrynie	% nowych odwiedzin
1.	Warsaw	5 350	3,13	00:02:48	54,60%
2.	Poznan	1 701	2,76	00:02:34	53,79%
3.	Krakow	1 550	3,63	00:02:54	52,45%
4.	Wroclaw	995	4,15	00:03:21	61,51%
5.	Gdansk	888	3,44	00:07:36	41,89%
6.	Katowice	681	4,16	00:02:50	67,99%
7.	Lodz	552	2,37	00:02:06	63,04%
8.	Bialystok	530	1,49	00:00:35	26,04%
9.	Lublin	480	3,50	00:02:40	64,58%
10.	Szczecin	332	2,60	00:02:05	60,54%

* Dane za okres: 01/03/10-31/03/10; źródło: Google Analytics

Statystyki: użytkownicy i odwiedziny

- stała tendencja rosnąca liczby użytkowników od momentu uruchomienia serwisu (vide: wykres poniżej*)
- miesięczna liczba użytkowników: 12 304** (wzrost rok do roku: +169,35%)
- miesięczna liczba odwiedzin: 18 816** (wzrost rok do roku: +156,63%)

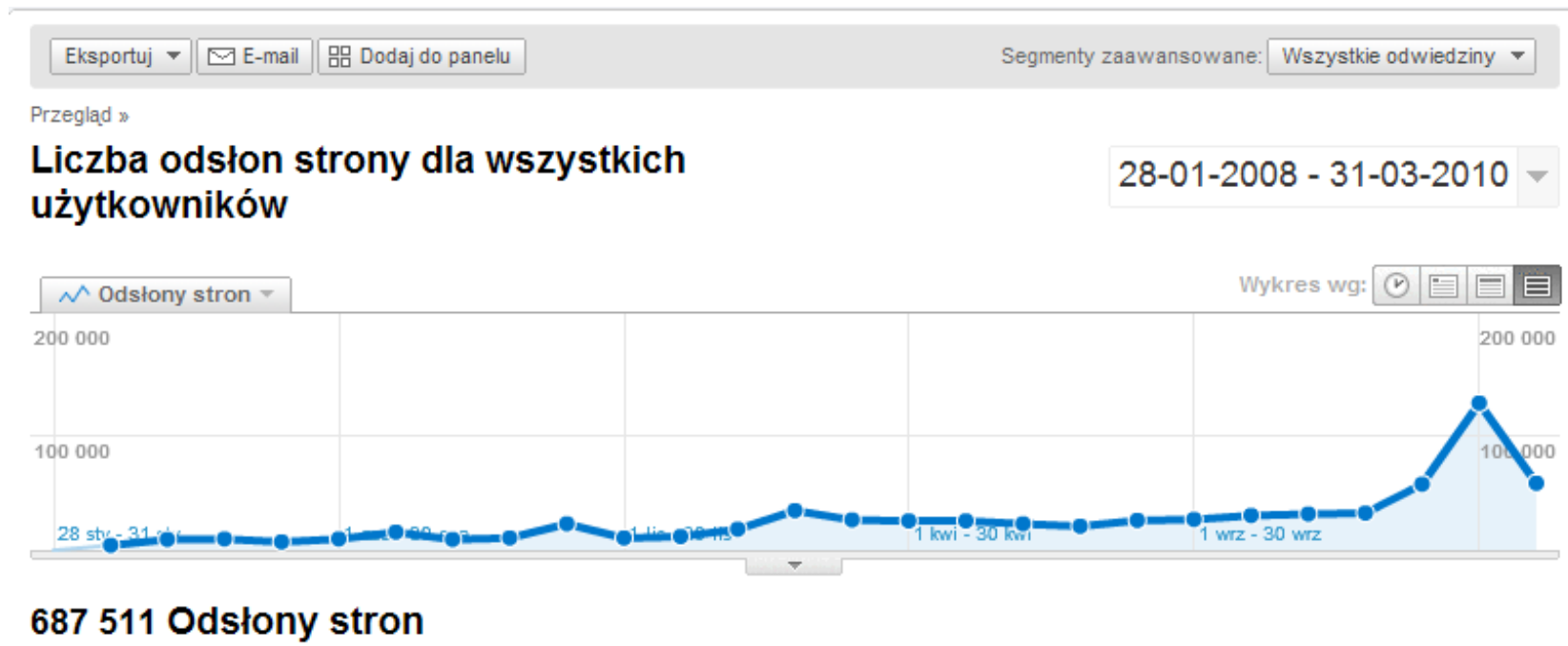


* Dane za okres: 28/01/08-31/03/10; źródło: GoogleAnalytics;

** Dane za okres: 01/03/10-31/03/10; źródło: GoogleAnalytics

Statystyki: czas i odsłony

- stała tendencja rosnąca liczby odsłon od momentu uruchomienia serwisu (vide: wykres poniżej*)
- miesięczna liczba odsłon: 58 512**
- czas spędzany w serwisie: 00:02:54 minuty**

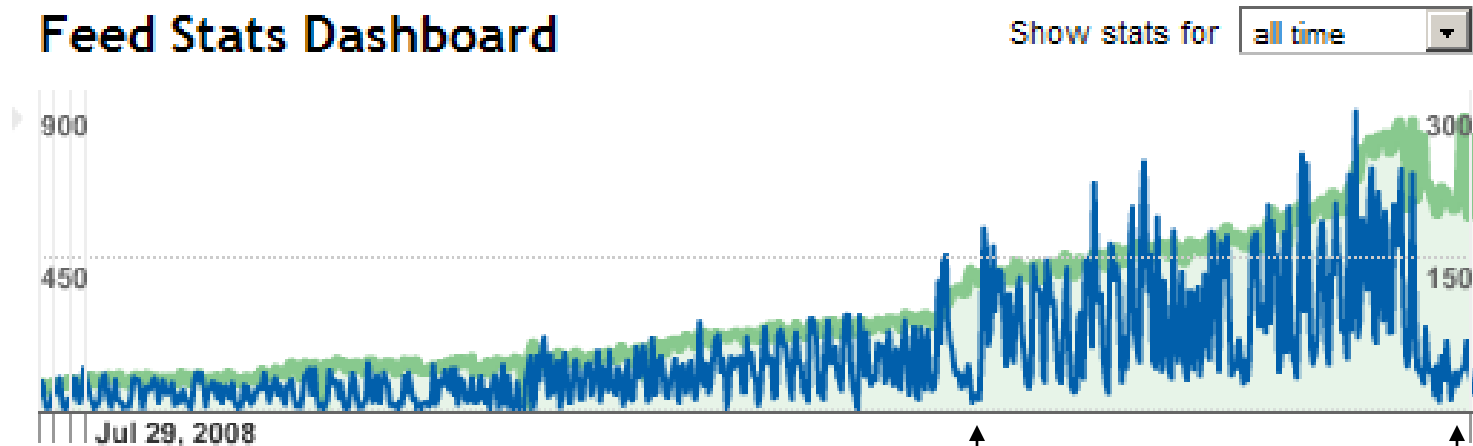


* Dane za okres: 28/01/08-31/03/10; źródło: GoogleAnalytics

** Dane za okres: 01/03/10-31/03/10; źródło: GoogleAnalytics

Statystyki: subskrypcja RSS

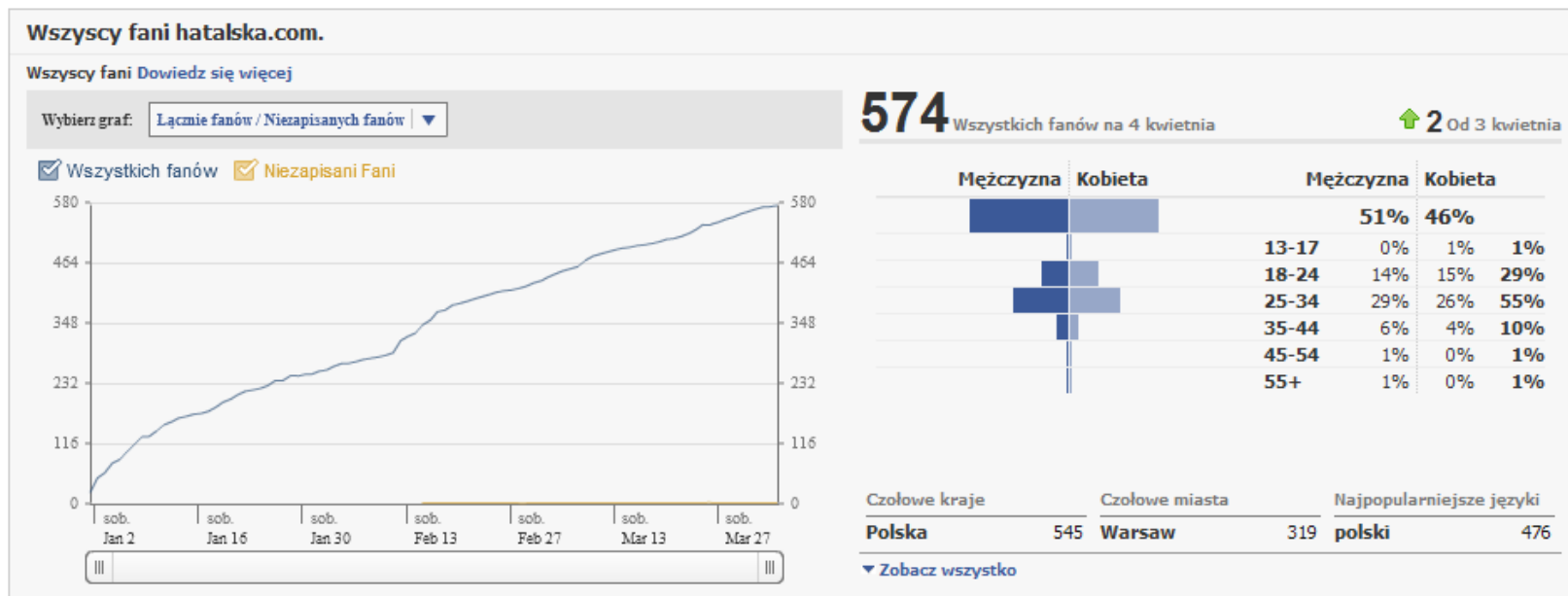
- stała tendencja rosnąca liczby subskrybentów RSS (zielona linia) od momentu uruchomienia serwisu
- liczba subskrybentów RSS: 799*



W tych okresach mniejsza częstotliwość publikowania wpisów (urlop :))

Statystyki: Fanpage na Facebooku

- stała tendencja rosnąca liczby fanów na Facebooku od momentu uruchomienia fanpage (vide: wykres poniżej)
- obecna liczba fanów – 585 (stan na 5 kwietnia 2010)



Dane są dostępne w postaci dziennych raportów po 48 godzinach.

<http://hatalska.com>

NATALIA HATALSKA

e: natalia@hatalska.com