

Osiem dni, które być może przysporzyły PSB sympatię wielu klientów

REKLAMA DŹWIGNIĄ HANDLU I SIATKÓWKI...

Coraz dłuższą listę dyscyplin sportowych wspieranych i propagowanych przez Grupę Polskie Składy Budowlane – kolarstwo, narciarstwo, piłka nożna, tenis, żeglarstwo – dopełniła w 2009 r. piłka siatkowa kobiet. Dopełniła i ... zajęła od razu poczesne miejsce na podium. Zdecydowała o tym przede wszystkim postawa naszych „Złotek”. Walnie przyczyniła się także znakomita organizacja Mistrzostw Europy, które odbyły się w Polsce na przełomie września i października 2009 r.



Ile okazji mieli widzowie i telewidzowie, żeby zobaczyć, choćby mimowolnie, billboardy PSB? Według agencji badawczej Pentagon Research billboardy z logo Polskich Składów Budowlanych i PSB-Mrówka były w trakcie meczów Mistrzostw Europy w Piłce Siatkowej Kobiet eksponowane w TV Polsat dokładnie 1677 razy. Nie znamy odpowiedzi na pytanie: w jakim stopniu wpłynęło to na zainteresowanie ofertą składów tworzących naszą Grupę? Ale z pewnością emocje kibiców były pozytywne.

Wszystkie swoje mecze „Złotka” rozegrały w hali Atlas Arena w Łodzi. Kibicowało naszej reprezentacji bezpośrednio niemal 100 tysięcy widzów.

Dlaczego o tym przypominamy? Bo bez wielkich sukcesów polskich siatkarek odniesionych we wspomnianych Mistrzostwach Europy (brązowy medal po pamiętnym zwyciężskim meczu z reprezentacją Niemiec) nie byłoby sukcesu promocyjnego PSB. Wyjaśniamy: w ramach budżetu marketingowego Grupy wydzielono w 2009 r. kwotę niezbędną dla wykupienia odpowiedniej powierzchni billboardów z logo Polskich Składów Budowlanych i PSB-Mrówka właśnie w halach, w których miały toczyć się mecze siatkówki. Skąd marketingowcy PSB, na wiele miesięcy przed Mistrzostwami Europy, wiedzieli że Polki wypadną tak rewelacyjnie – to już tajemnica handlowa.

Fakty są bezsporne i można je precyzyjnie ustalić. Monitorująca oglądalność stacji telewizyjnych spółka AGB Nielsen Media Research poinformowała, że każdy z 8 meczów, w których zmagaly się Polki w Mistrzostwach Europy, na antenie głównego Polsatu, obejrzało średnio po 3,08 mln telewidzów, a w Polsat Sport średnio niemal 600 tysięcy, co daje w sumie średnio 3,6 mln. Zwycięski mecz o brązowy medal zgromadził ponad 4,6 mln osób. Pozostałe – łącznie w Mistrzostwach rozegrano 46 meczów – cieszyły się mniejszą oglądalnością, ale i tak liczba telewidzów podziwiających najlepsze siatkarki Europy sięgnęła w sumie ponad 35 mln. Trzeba oczywiście dodać szczególnie ważnych kibiców, którzy zagrzewali siatkarki do boju w halach w Łodzi, Katowicach, Wrocławiu i Bydgoszczy – bezpośrednio oklaskiwało meczowe akcje 238 tysięcy widzów.

Mecze z udziałem Polek podczas Mistrzostw Europy w Piłce Siatkowej Kobiet 2009

Data	Mecz	Wynik	Liczba widzów	AMR*
2009-09-25, Pt	Hiszpania – Polska	2–3	12 500	3 441 323
2009-09-26, So	Polska – Chorwacja	3–0	12 800	2 734 343
2009-09-27, N	Polska – Holandia	0–3	13 200	2 454 523
2009-09-29, Wt	Polska – Belgia	3–1	7 800	3 717 625
2009-09-30, Śr	Rosja – Polska	1–3	10 800	3 331 115
2009-10-01, Cz	Polska – Bułgaria	3–1	13 500	4 746 951
2009-10-03, So	Holandia – Polska	3–1	13 500	3 934 682
2009-10-04, N	Polska – Niemcy	3–0	13 500	4 616 797

* AMR (ang. Average Minute Rating, Średnia Oglądalność Minutowa) – jeden z podstawowych wskaźników określających oglądalność kanału lub programu telewizyjnego w danym okresie czasu.

