



Badanie strategii reklamowej

Raport benchmarkingowy: Biblioteka reklam Meta

Okres analizy



1 paź 2024 - 31 gru 2024



BNP Paribas Bank Polska



Santander Bank Polska



ING Polska



PKO Bank Polski



mBank Polska



Alior Bank SA



Bank Pekao S.A.



Porównanie konkurentów

Metodologia

W analizie uwzględniono reklamy opublikowane na platformach Meta (Audience Network, Facebook, Instagram i Messenger) między 2024-10-01 a 2024-12-31, które zostały wyświetlone przez odbiorców w następujących krajach: PL.

Każda z reklam mogła być emitowana na kilku platformach jednocześnie i zawierać kilka rodzajów multimediiów (grafika, tekst, wideo).

Główne wnioski i obserwacje

Podsumowując działania reklamowe banków na platformach Meta w czwartym kwartale 2024 roku:

BNP Paribas Bank Polska opublikował 72 reklamy, osiągając średni zasięg 311 000 odbiorców. Ich reklamy kierowano głównie do grup liczących od 100 001 do 1 000 000 odbiorców. Używali głównie grafik oraz Facebooka i Instagrama jako platform. Największy zasięg osiągnęły reklamy promujące zrównoważoną bankowość, które były graficzne i skupiły się na przekazie odpowiedzialności społecznej.

Santander Bank Polska wydał 63 reklamy, średnio docierając do 248 000 odbiorców. Kampanie koncentrowały się na grupach liczących do 1 000 000 odbiorców. W reklamach dominowały grafiki i wideo, a preferowanymi platformami były Facebook i Instagram. Największy zasięg osiągnęły reklamy produktów oszczędnościowych, które wykorzystały atrakcyjne wizualizacje i jasny, prosty przekaz.

ING Polska opublikował 54 reklamy z przeciętnym zasięgiem 201 000 odbiorców, skupiając się na grupach o średniej wielkości. W ich reklamach dominowały grafiki, a główne platformy to Facebook i Instagram. Najbardziej zasięgowe były reklamy promujące nowe technologie bankowe, wykorzystujące infografiki i prosty język.

PKO Bank Polski wydał 60 reklam z największym średnim zasięgiem 511 221 odbiorców, docierając głównie do dużych grup. Preferowali wideo i Facebook, co znalazło odzwierciedlenie w charakterystyce reklam z największym zasięgiem, koncentrujących się na nowoczesności i innowacjach w usługach bankowych.

mBank Polska zrealizował 78 reklam, średnio docierając do 156 000 odbiorców. Skupili się głównie na mniejszych grupach odbiorców. Korzystali głównie z grafik na Instagramie. Reklamy o największym zasięgu koncentrowały się na promocjach kart kredytowych, z elementami animacji i prostym przekazem korzyści.

Alior Bank SA opublikował 48 reklam, osiągając średni zasięg 118 000 odbiorców, z naciskiem na grupy odbiorców do 1 000 000 osób. Używali grafik i wideo na Facebooku i Instagramie. Najbardziej zasięgowe były reklamy pożyczek gotówkowych, które wyróżniały się żywymi kolorami i krótkimi, angażującymi hasłami.

Bank Pekao S.A. wyemitował 756 reklam z przeciętnym zasięgiem 195 000 odbiorców, również skupiając się na dużych grupach odbiorców. Najczęściej stosowali grafiki na Facebooku i Instagramie. Reklamy o największym zasięgu dotyczyły korzyści kont oszczędnościowych, charakteryzujących się prostotą i jasnością przekazu.

Podsumowując, obserwacja działania reklamowego różnych banków w okresie tym wskazuje na ich zróżnicowane strategie w zakresie zasięgu, wykorzystania platform oraz formatów multimedialnych.

Liczba i średni zasięg reklam

W analizowanym okresie od 1 października do 31 grudnia 2024 roku, Bank Pekao S.A. opublikował największą liczbę reklam w mediach społecznościowych, wynoszącą 756.

Z kolei PKO Bank Polski osiągnął najwyższy średni zasięg reklam, który wyniósł 511 221 odbiorców.

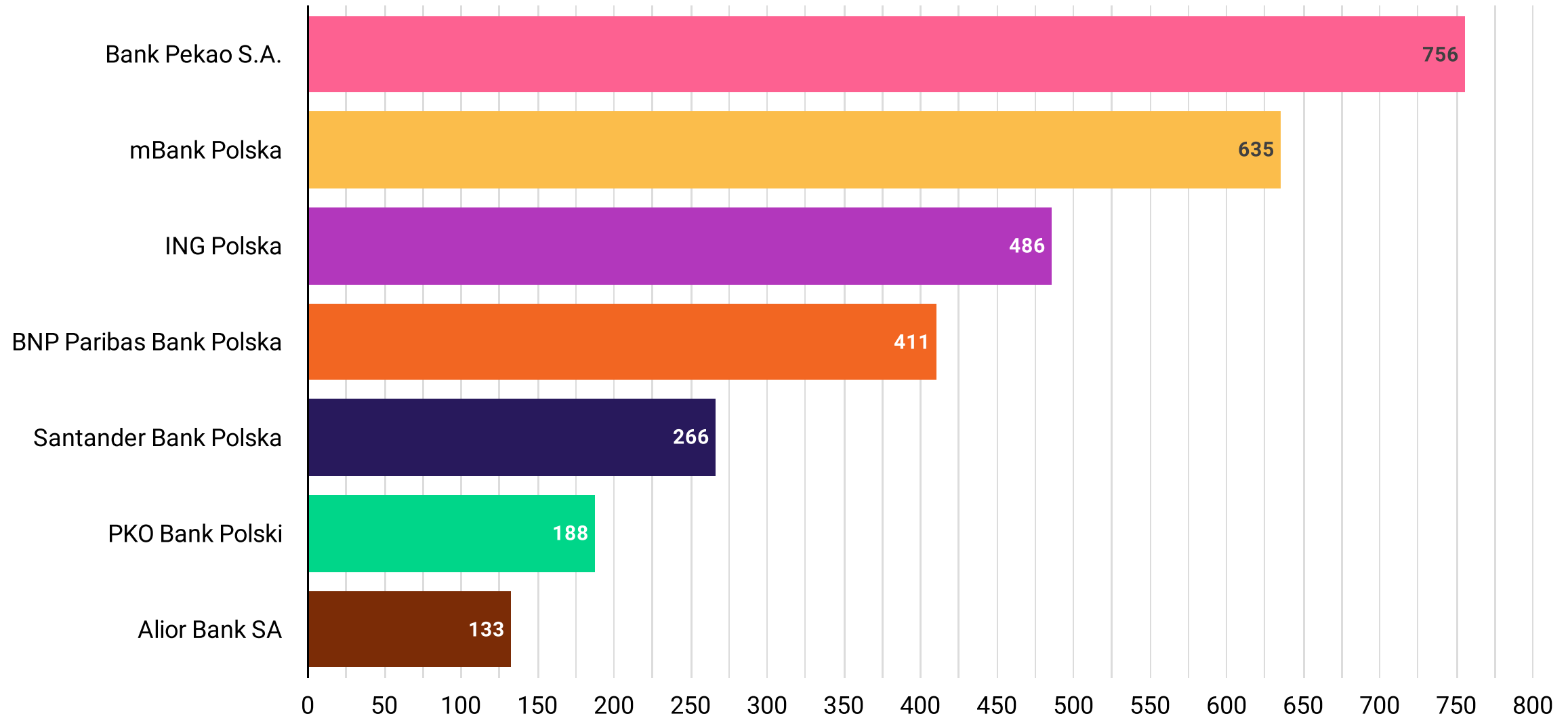
Pozostałe banki, takie jak mBank Polska i ING Polska, również wykazały się znaczną aktywnością reklamową, jednak ich liczba reklam i średni zasięg były niższe w porównaniu do liderów w tych kategoriach.

Analiza wykazała, że strategia Banku Pekao S.A. koncentrowała się na intensywnej kampanii reklamowej, podczas gdy PKO Bank Polski skupił się na osiągnięciu szerokiego zasięgu odbiorców.

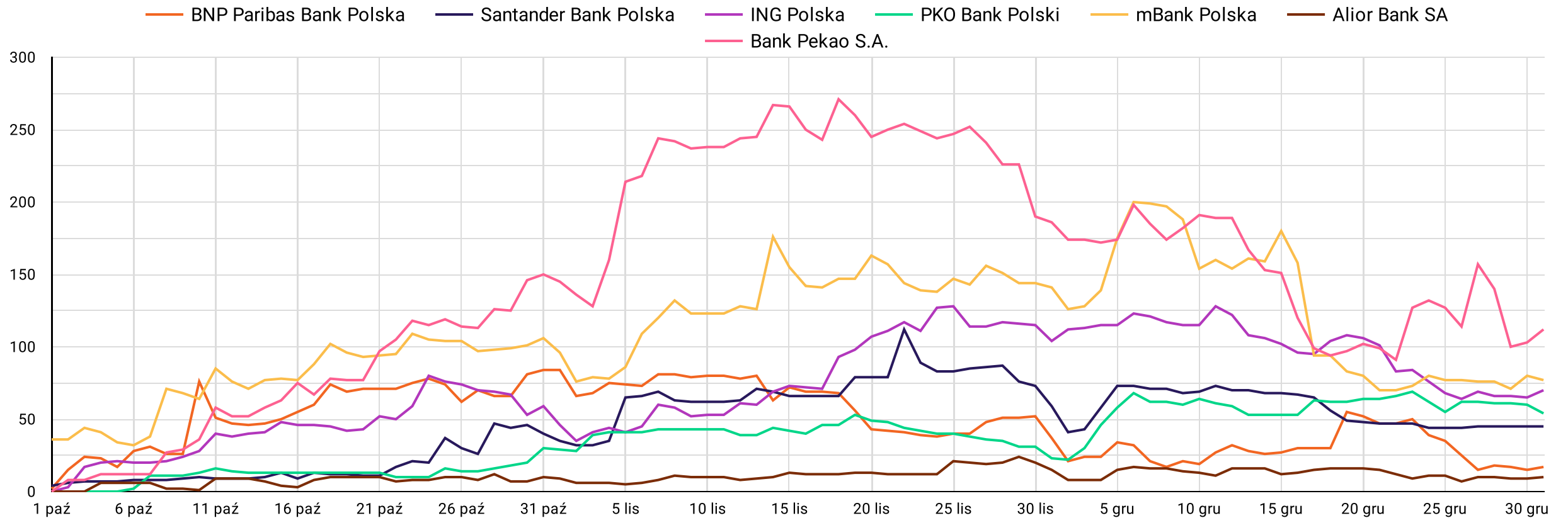
Te różnice w podejściu do kampanii reklamowych mogą wynikać z odmiennych celów marketingowych i strategii komunikacyjnych poszczególnych banków.

Dane te mogą być użyteczne dla dalszych analiz efektywności kampanii reklamowych w sektorze bankowym.

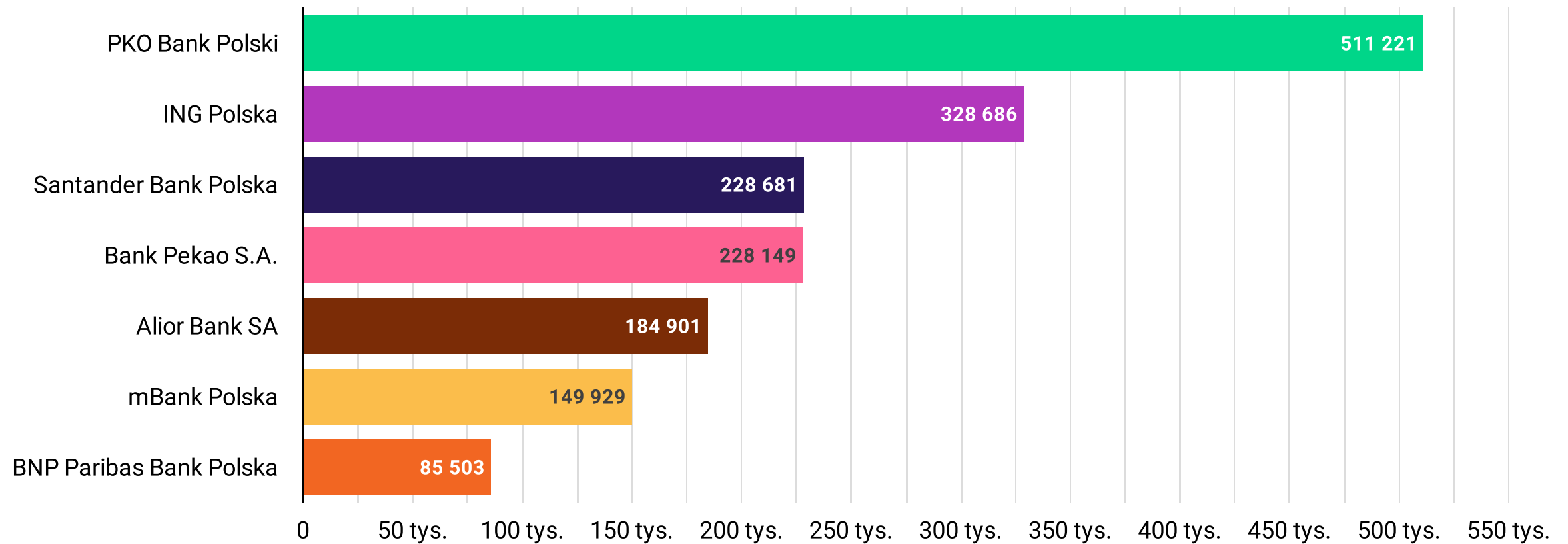
Liczba opublikowanych reklam



Liczba aktywnych reklam



Średni zasięg reklam



Rozkład zasięgów reklam

W okresie od 1 października do 31 grudnia 2024 roku, różne banki w Polsce stosowały różne strategie reklamowe na platformie Meta, próbując dotrzeć do zróżnicowanych grup odbiorców.

Alior Bank SA koncentrował się głównie na grupie odbiorców w przedziale od 100 001 do 1 000 000, co stanowiło 57% ich reklam, podczas gdy Bank Pekao S.A. w tym samym przedziale miał 42% reklam, a także 4% reklam skierowanych do ponad 1 000 000 odbiorców.

BNP Paribas Bank Polska i mBank Polska skupiały się na mniejszych przedziałach, z 38% i 41% reklam odpowiednio w przedziale od 10 001 do 100 000 odbiorców.

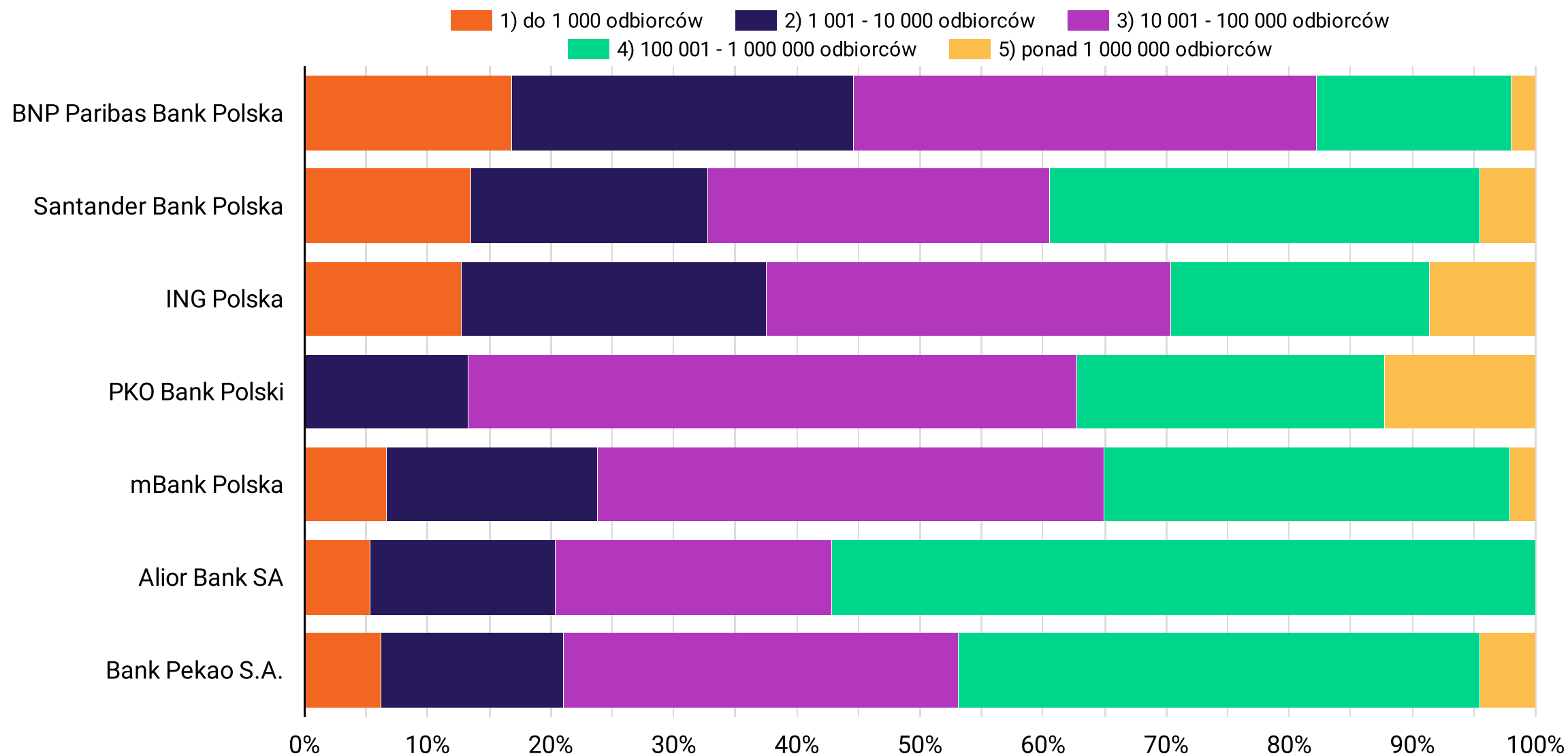
PKO Bank Polski skoncentrował się głównie na przedziale od 10 001 do 100 000 odbiorców, co stanowiło 49% ich reklam, a także 12% reklam skierowanych do ponad 1 000 000 odbiorców.

Santander Bank Polska wykazał zrównoważone podejście, z 35% reklam w przedziale od 100 001 do 1 000 000 odbiorców i 28% w przedziale od 10 001 do 100 000 odbiorców.

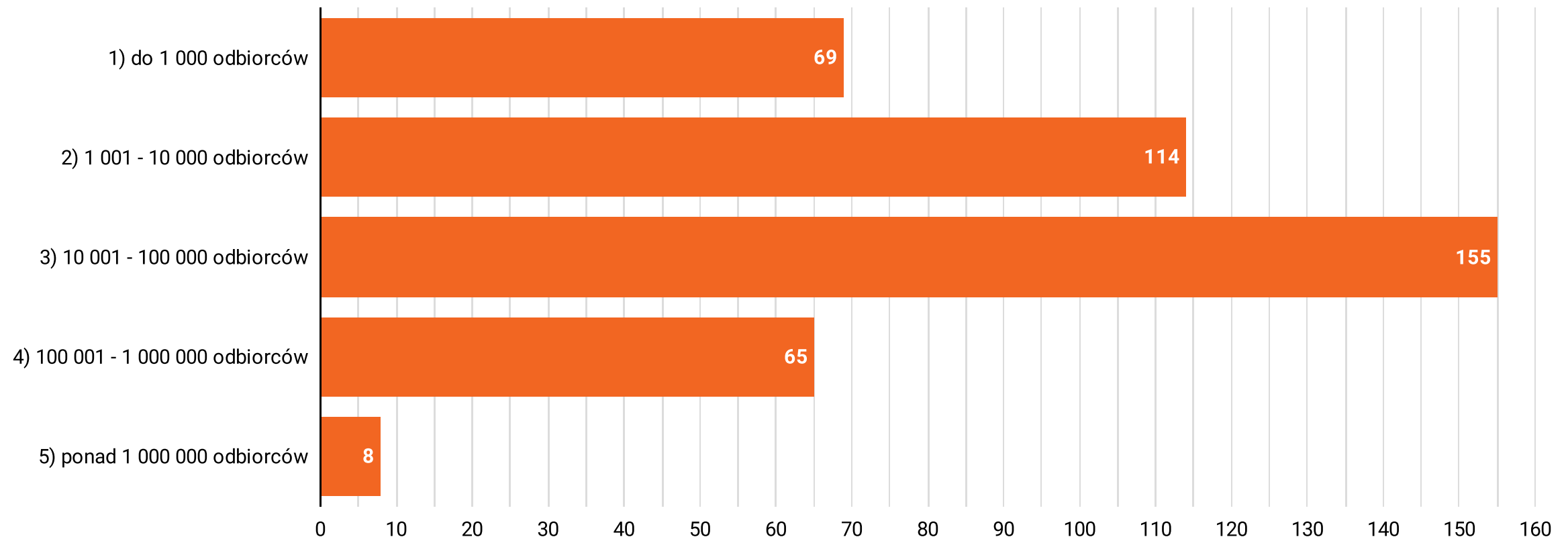
ING Polska z kolei rozdzielił swoje reklamy bardziej równomiernie pomiędzy różne przedziały, z 33% reklam w przedziale od 10 001 do 100 000 odbiorców i 21% w przedziale od 100 001 do 1 000 000 odbiorców.

Ogólnie rzecz biorąc, banki różniły się w swoich strategiach, przy czym niektóre koncentrowały się na większych grupach odbiorców, podczas gdy inne kierowały swoje reklamy do bardziej specyficznych segmentów rynku.

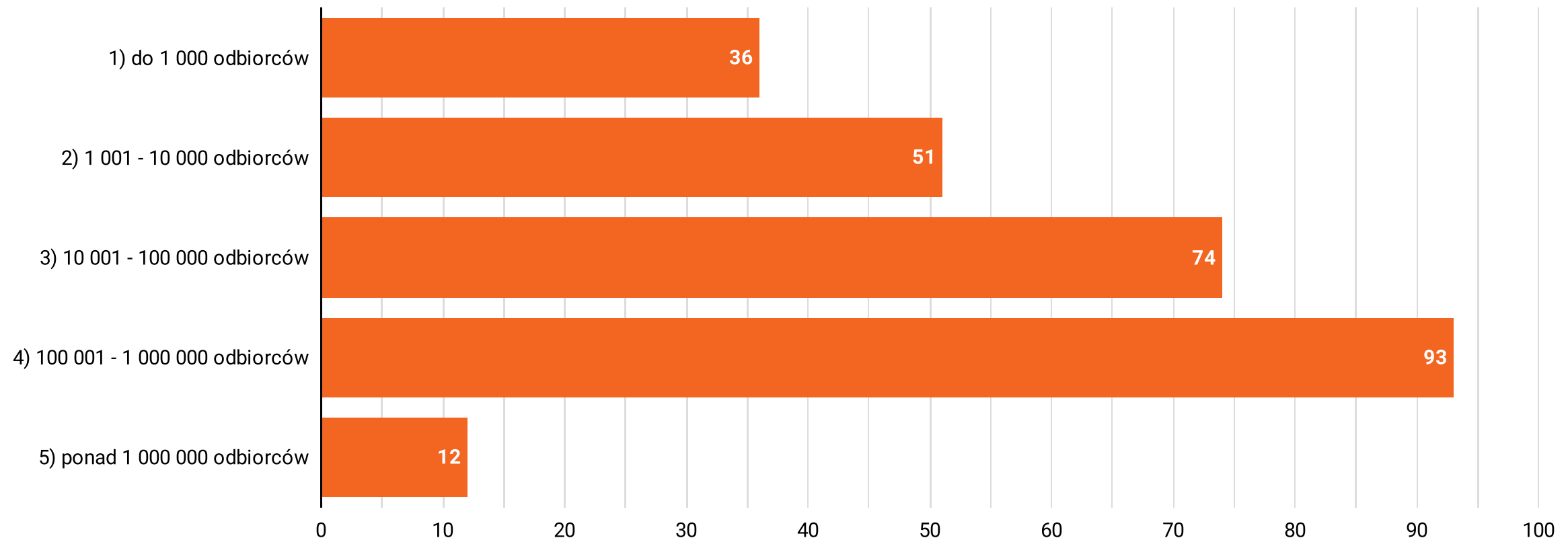
Rozkład zasięgu reklam



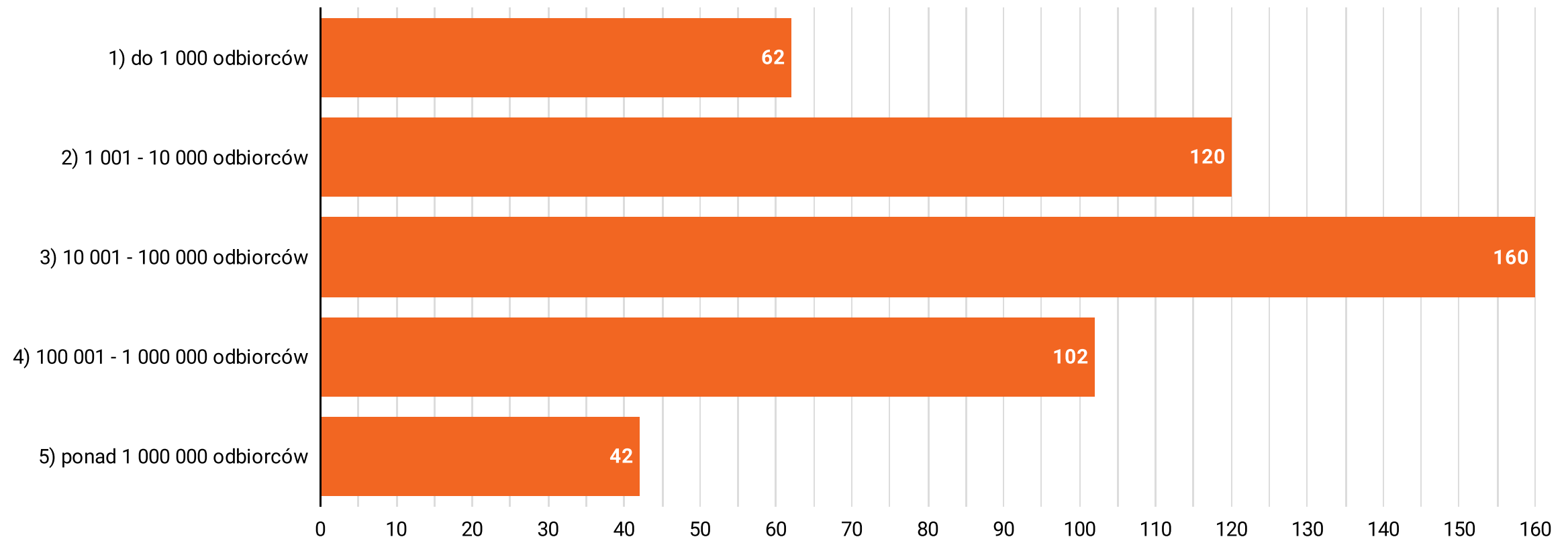
Rozkład zasięgu reklam: BNP Paribas Bank Polska



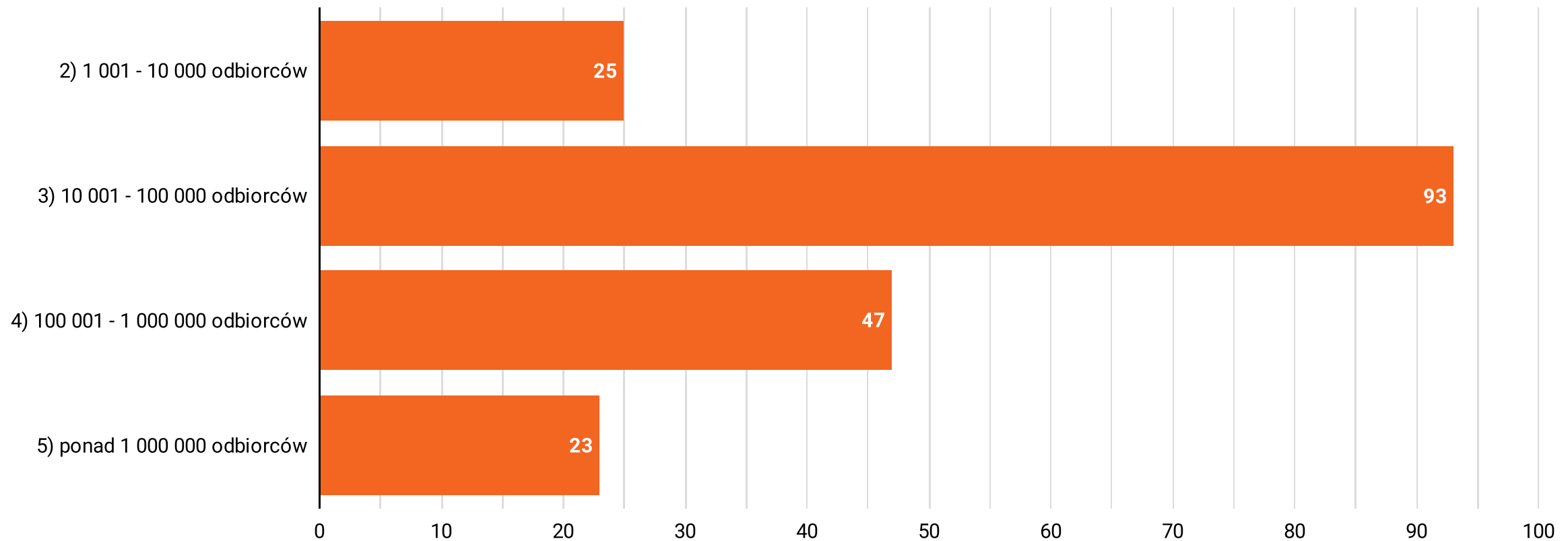
Rozkład zasięgu reklam: Santander Bank Polska



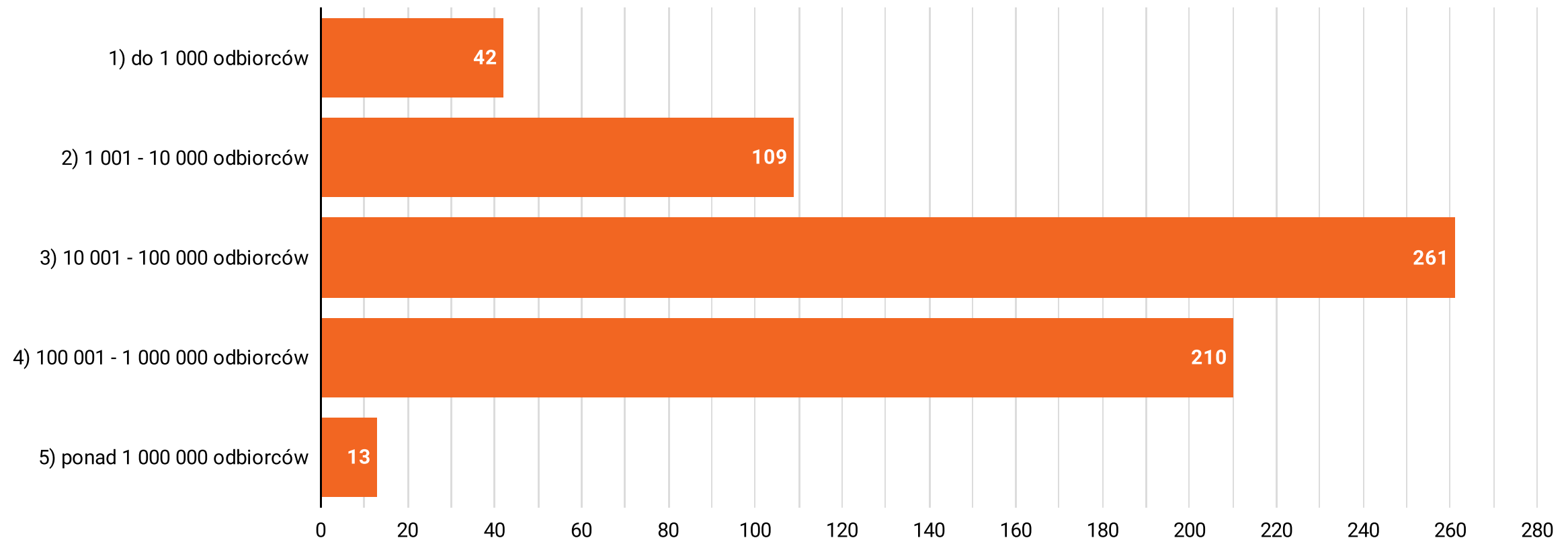
Rozkład zasięgu reklam: ING Polska



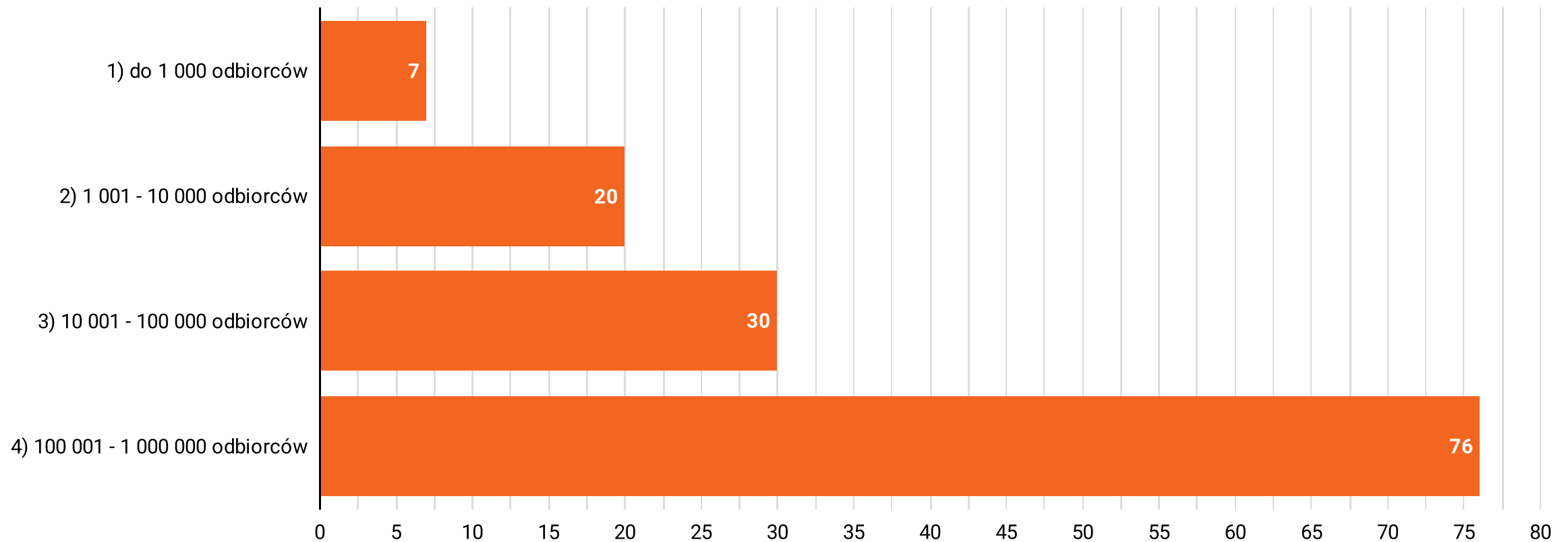
Rozkład zasięgu reklam: PKO Bank Polski



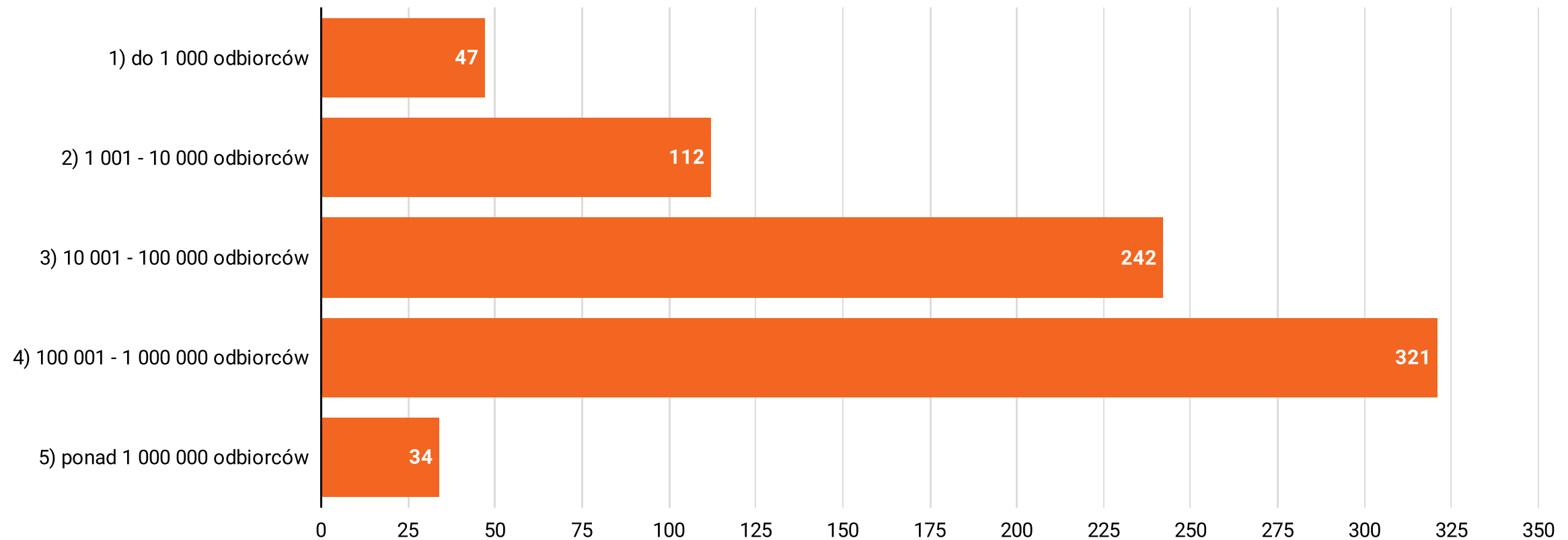
Rozkład zasięgu reklam: mBank Polska



Rozkład zasięgu reklam: Alior Bank SA



Rozkład zasięgu reklam: Bank Pekao S.A.



średni CPM

3,54 zł

Estymowany budżet

Strona	Liczba reklam	Łączna minimalna liczba wyświetleń* ▼	Estymowana częstotliwość**	Estymowany budżet***
Bank Pekao S.A.	756	172 480 539	7,52	609 971 zł
ING Polska	486	159 741 375	6,96	564 919 zł
PKO Bank Polski	188	96 109 633	4,19	339 888 zł
mBank Polska	635	95 204 688	4,15	336 688 zł
Santander Bank P...	266	60 829 074	2,65	215 120 zł
BNP Paribas Bank ...	411	35 141 794	1,53	124 278 zł
Alior Bank SA	133	24 591 804	1,07	86 968 zł

* **Łączna minimalna liczba wyświetleń:** szacowana jest na podstawie zasięgu reklam publikowanego przez firmę Meta. Rzeczywista liczba wyświetleń może się istotnie różnić.

** **Estymowana częstotliwość:** szacowana na podstawie łącznej minimalnej liczby wyświetleń i wielkości grupy docelowej. Rzeczywista częstotliwość może się istotnie różnić.

*** **Estymowany budżet:** szacowany jest na podstawie średniego kosztu 1 000 wyświetleń dla danej branży (CPM) estymowanego przez firmę Sotrender na podstawie danych z systemu Sotrender Ads. Estymacja nie bierze pod uwagę celów reklam i ich targetowania. Rzeczywisty budżet może się istotnie różnić.

Platformy

W analizowanym okresie od 1 października do 31 grudnia 2024 roku, różne banki w Polsce wykorzystywały platformy Meta w różnym stopniu do działań reklamowych.

Największą liczbę reklam opublikował Bank Pekao S.A., jednak to mBank Polska wyróżniał się największym odsetkiem reklam na Facebooku, osiągając 97,17% swoich działań reklamowych na tej platformie.

PKO Bank Polski skoncentrował się na Instagramie, gdzie aż 95,74% jego reklam było wyświetlanych.

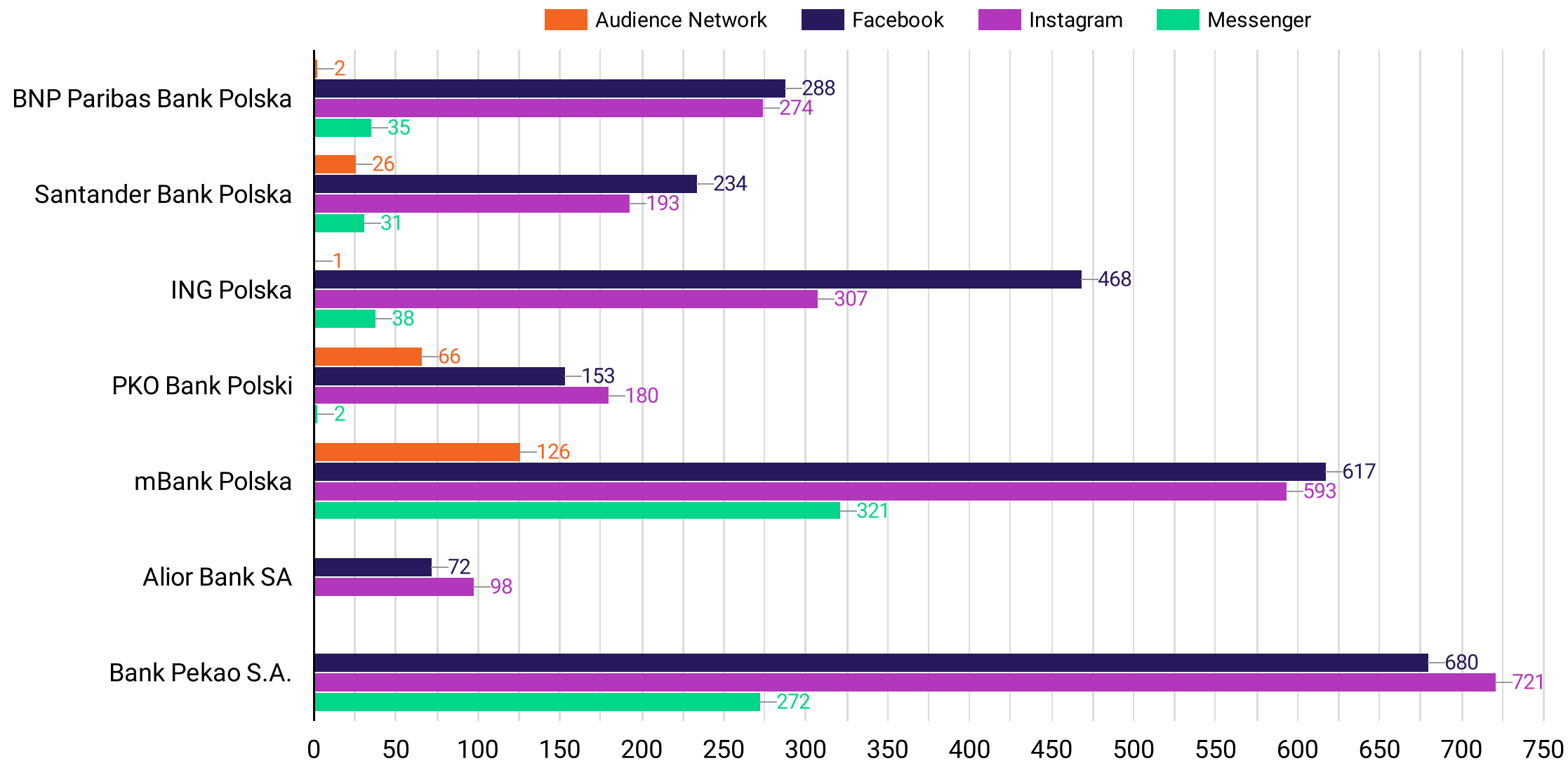
Santander Bank Polska również intensywnie korzystał z Facebooka, gdzie umieścił 87,97% swoich reklam.

Z kolei Alior Bank SA i Bank Pekao S.A. nie wykorzystywały Audience Network w ogóle, co odróżniało je od innych banków.

mBank Polska wyróżniał się także znaczącym wykorzystaniem Messengera, gdzie umieścił 50,55% swoich reklam.

Podsumowując, każdy z banków miał swoją unikalną strategię wykorzystania platform Meta, co wskazuje na różnorodność podejść do działań reklamowych w mediach społecznościowych.

Platformy



Reklamy mogły być emitowane na kilku platformach jednocześnie. Nie należy sumować wartości.

Multimedia

W okresie od 1 października do 31 grudnia 2024 roku, analizowane banki w Polsce wykazywały różnorodne podejście do wykorzystania multimediów w swoich reklamach na platformie Meta.

Najczęściej wykorzystywanym medium była grafika, co potwierdzało wysokie odsetki reklam z grafiką dla wszystkich banków, z najwyższym udziałem w przypadku ING Polska (85%) oraz BNP Paribas Bank Polska (83%).

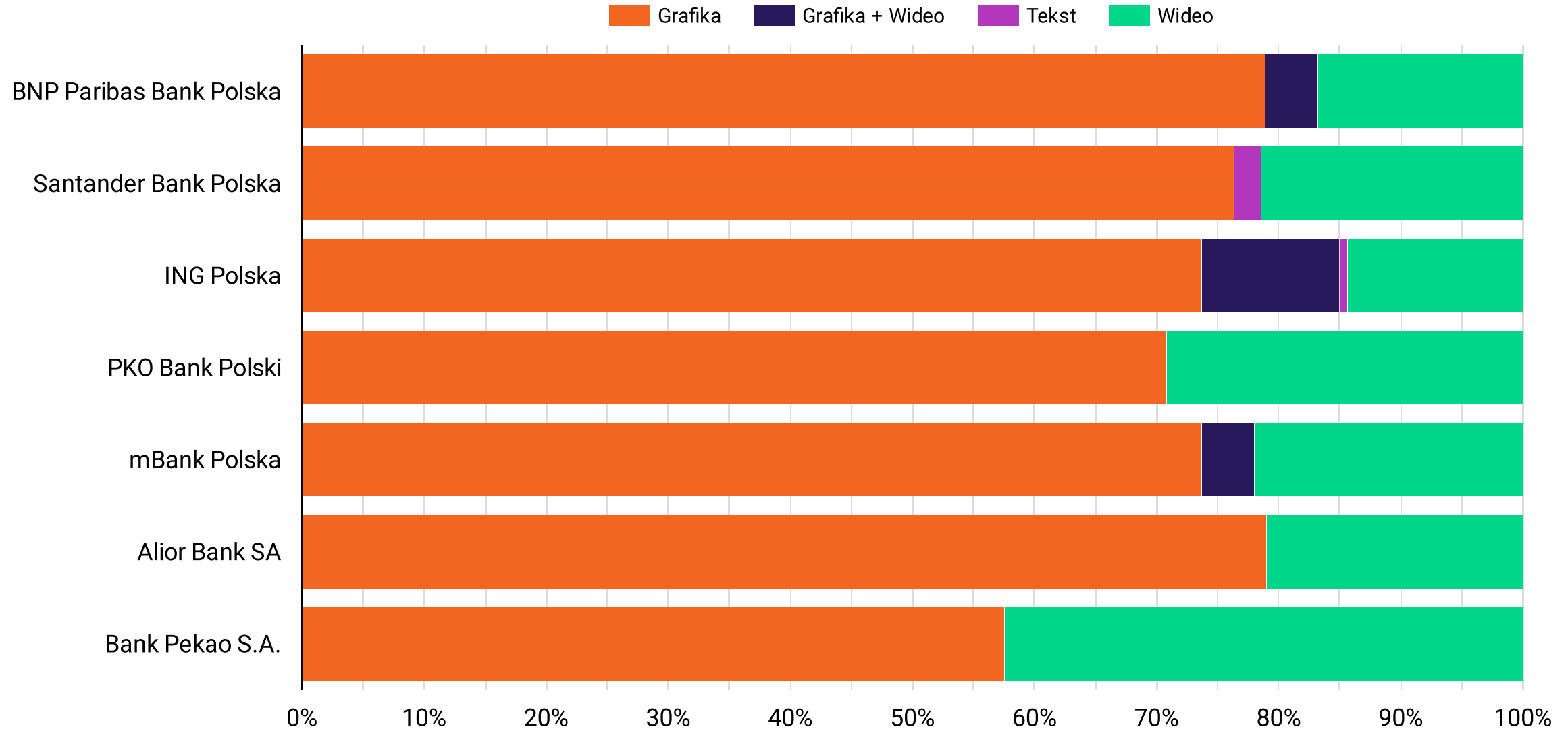
Wideo również było popularnym medium, z odsetkiem reklam wideo sięgającym 42% w przypadku Bank Pekao S.A., co było najwyższym wynikiem w tej kategorii.

Tekst jako samodzielne medium był stosowany sporadycznie, co odzwierciedlały niskie odsetki, a w przypadku niektórych banków, takich jak Alior Bank SA, mBank Polska oraz PKO Bank Polski, nie odnotowano żadnych reklam wyłącznie tekstowych.

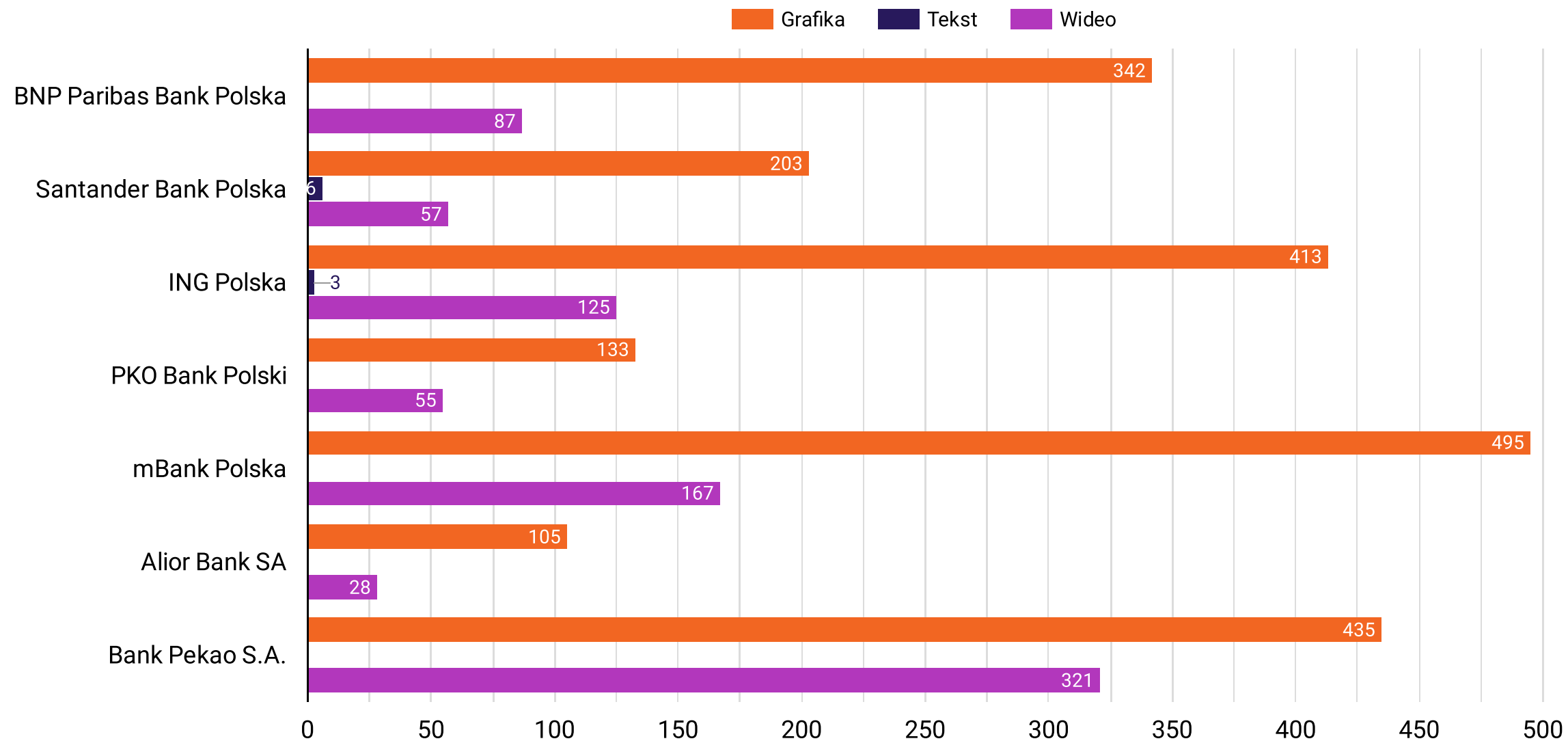
Warto zauważyć, że mBank Polska miał największą liczbę reklam z grafiką, co mogło wskazywać na ich strategię marketingową skoncentrowaną na wizualnym przekazie.

Ogólnie rzecz biorąc, banki preferowały bardziej angażujące formy multimediów, takie jak grafika i wideo, co mogło wynikać z ich skuteczności w przyciąganiu uwagi użytkowników na platformach społecznościowych.

Multimedia

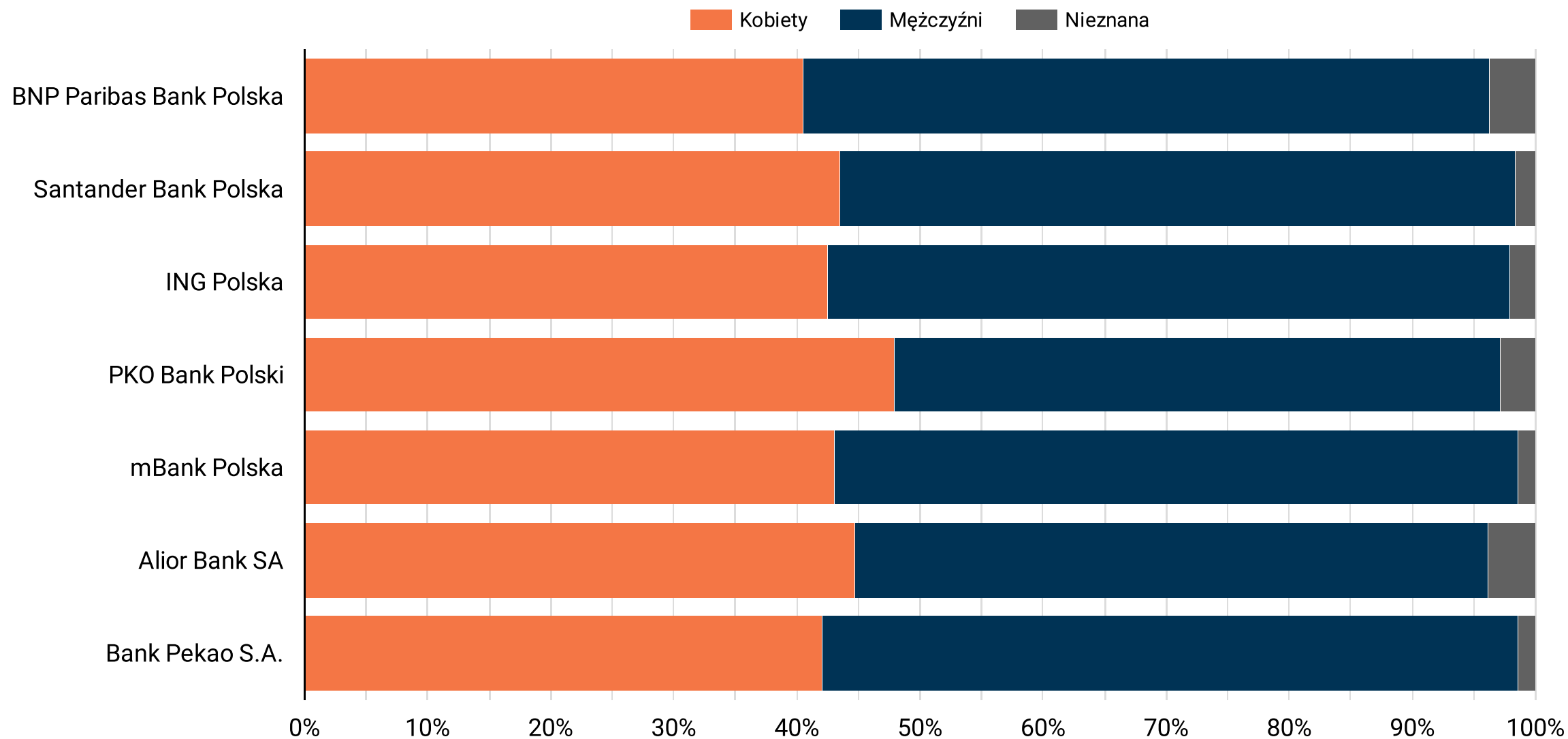


Multimedia

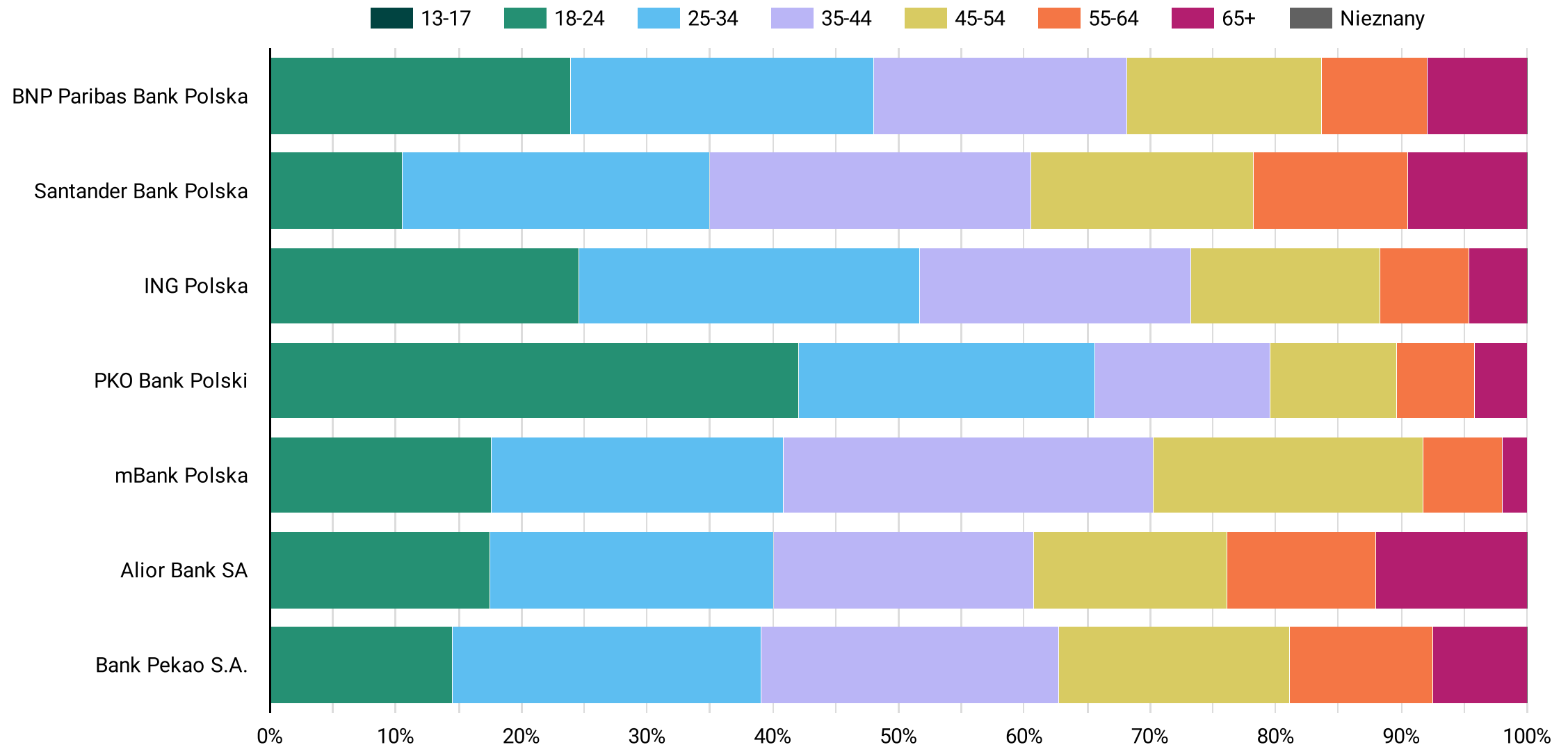


Reklamy mogły zawierać kilka rodzajów multimedii. Nie należy sumować wartości.

Odbiorcy reklam według płci



Odbiorcy reklam według wieku



Reklamy o najwyższym zasięgu

Podsumowując, reklamy największych banków w Polsce, opublikowane na platformach firmy Meta w czwartym kwartale 2024 roku, różniły się pod względem tematyki, formy i grupy docelowej.

BNP Paribas Bank Polska koncentrował się na kredytach gotówkowych i działalności charytatywnej, używając dynamicznych grafik i wideo, a język reklam był przyjazny i zachęcający.

Santander Bank Polska promował ubezpieczenia i wsparcie dla przedsiębiorców, wykorzystując kolorowe i humorystyczne grafiki oraz prosty, bezpośredni język.

ING Polska skupił się na ofercie oszczędnościowej, używając prostego języka i różnorodnych formatów multimedialnych, takich jak grafiki i wideo.

PKO Bank Polski promował oszczędzanie i korzyści finansowe, stosując dynamiczne wideo i prosty, bezpośredni język.

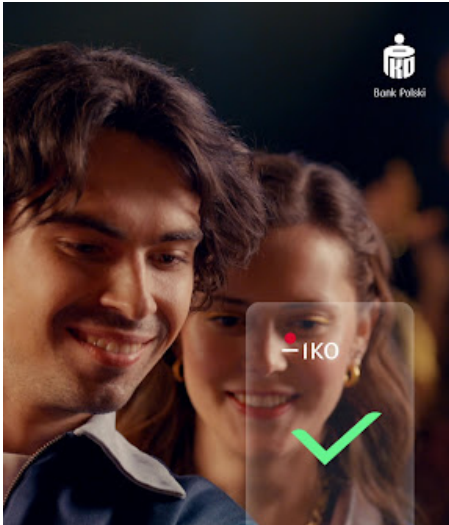
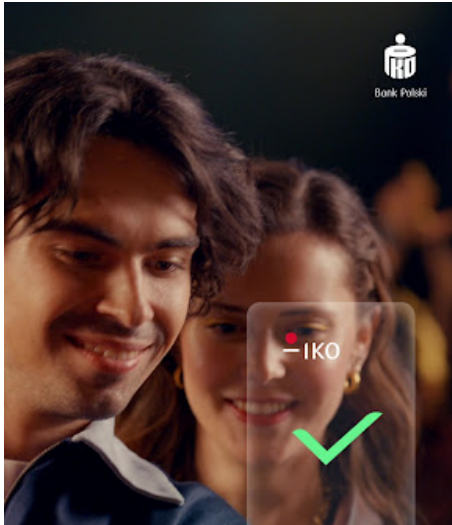
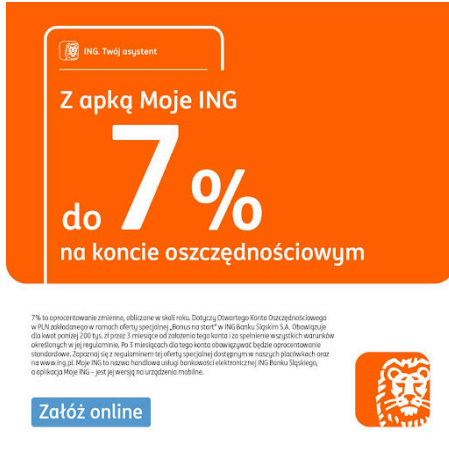
mBank Polska koncentrował się na specjalnych ofertach i produktach finansowych, używając przyjaznego języka i kolorowych grafik.

Alior Bank SA promował zarówno oferty finansowe, jak i interaktywne doświadczenia, stosując profesjonalny język i różnorodne formaty reklam.

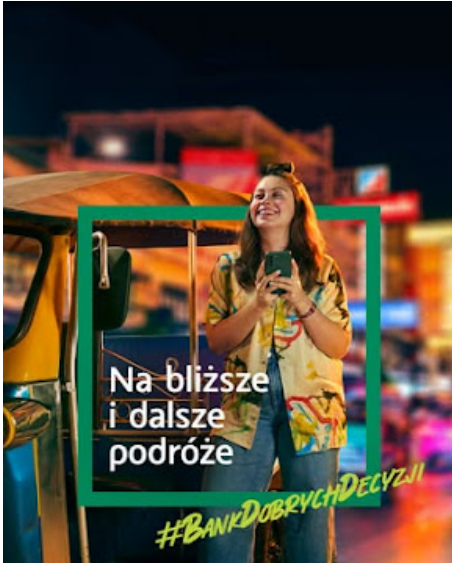
Bank Pekao S.A. promował pożyczki konsumenckie i Konto Biznes z Żubrem, używając żywych kolorów i dynamicznych wideo.

Odbiorcy reklam byli zróżnicowani pod względem płci i wieku, obejmując szerokie spektrum demograficzne, co wskazuje na uniwersalność przekazu i szerokie targetowanie.

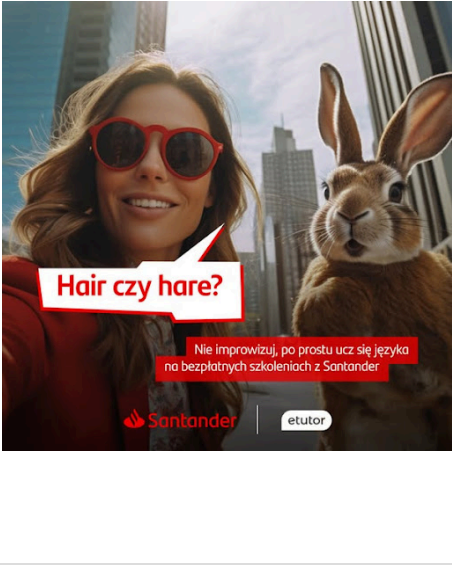
Reklamy o największym zasięgu

Strona	PKO Bank Polski	PKO Bank Polski	ING Polska	ING Polska	PKO Bank Polski
Okres emisji	10.10.2024 - 11.11.2024	10.10.2024 - 11.11.2024	25.12.2024 -	04.10.2024 - 08.11.2024	23.12.2024 - 04.01.2025
Platformy	Audience Network, Facebook, Instagram	Audience Network, Facebook, Instagram	Facebook, Instagram	Facebook, Instagram	Audience Network, Facebook, Instagram
Media	Wideo	Wideo	Grafika + Wideo	Grafika + Wideo	Wideo
Płeć odbiorców	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie
Wiek odbiorców	18 - 65	18 - 65	18 - 65	18 - 65	18 - 64
Podgląd					
Treść	Oszczędzaj przy okazji. W PKO Banku Polskim Twoje potrzeby są na pierwszym planie.	Oszczędzaj przy okazji. W PKO Banku Polskim Twoje potrzeby są na pierwszym planie.	Biała godzina w Paryżu 🇫🇷🇵🇱? Oszczędzaj na to, co daje Ci radość. Aż do 7% na koncie oszczędnościowym w ING. Otwórz konto online i zaplanuj swoją białą godzinę już dziś!	Kiedy startować z oszczędzaniem? 🐾 Najlepiej teraz! Bo teraz w ING Banku Śląskim w ofercie specjalnej "Bonus na start" możesz zyskać więcej z apką Moje ING. 📱💰 Sprawdź warunki i skorzystaj!	Niech magia trwa nie tylko od święta!
Link	https://www.facebook.com/ads/library/?id=1242724216740857	https://www.facebook.com/ads/library/?id=8649672221778055	https://www.facebook.com/ads/library/?id=1694983557734319	https://www.facebook.com/ads/library/?id=1077827863972907	https://www.facebook.com/ads/library/?id=1115607213129375
Zasięg ▾	10 021 127	9 325 406	8 547 383	8 528 081	8 475 470

Reklamy o największym zasięgu: BNP Paribas Bank Polska

Okres emisji	18.10.2024 - 18.11.2024	18.10.2024 - 18.11.2024	10.12.2024 - 23.12.2024	10.12.2024 - 23.12.2024	18.10.2024 - 18.11.2024
Platformy	Facebook, Instagram	Facebook, Instagram	Facebook, Instagram	Facebook, Instagram	Facebook, Instagram
Media	Grafika	Wideo	Wideo	Wideo	Grafika
Płeć odbiorców	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie
Wiek odbiorców	18 - 65	18 - 65	20 - 65	20 - 65	18 - 65
Podgląd					
Treść	 Nauka nowego to dobra decyzja, ale często wiąże się z wydatkami. Dlatego sprawdź nasz kredyt gotówkowy Pierwsza Pożyczka (RRSO 11.19%) bez prowizji i miej z górki 🏂	 Poznawanie świata to dobra decyzja. Dlatego wspieramy marzenia o podróżach bliskich i dalekich. Z kredytem gotówkowym (RRSO 11.19%) łatwiej przejdiesz	 Święta to magiczny czas, w którym nikt nie powinien być pozostawiony sam sobie. Właśnie dlatego już od 7 lat wspieramy Szlachetną Paczkę! 🧡	Nasze Wolontariuszki i Wolontariusze tworzą największy wolontariat pracowniczy Szlachetnej Paczki! 🧡 Ale aby te Święta były jeszcze bardziej wiatkowe, potrzebujemy Twojej pomocy! 🎄	 Wspieramy marzenia o podróżach bliskich i dalekich, bo poznawanie świata to dobra decyzja! Skorzystaj z naszego kredytu gotówkowego Pierwsza Pożyczka (RRSO 11.19%) bez prowizji i
Link	https://www.facebook.com/ads/library/?id=425831253868863	https://www.facebook.com/ads/library/?id=915752073734061	https://www.facebook.com/ads/library/?id=606151178605145	https://www.facebook.com/ads/library/?id=509525958805064	https://www.facebook.com/ads/library/?id=993662995781470
Zasięg ▾	1 975 210	1 660 586	1 581 943	1 427 971	1 188 872

Reklamy o największym zasięgu: Santander Bank Polska

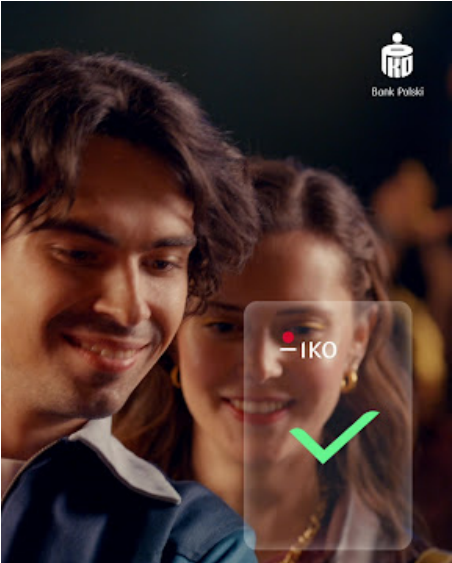
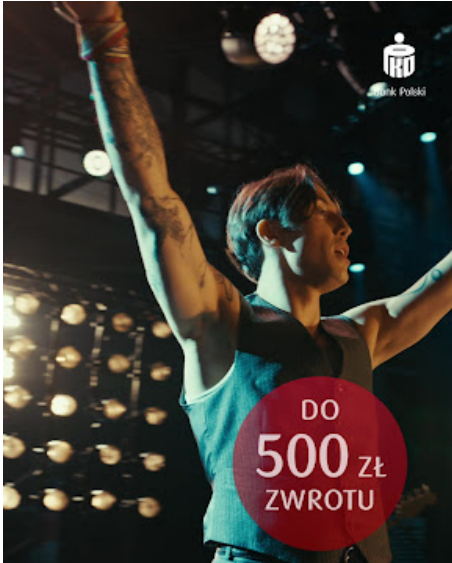
Okres emisji	02.12.2024 - 23.12.2024	07.11.2024 - 31.12.2024	12.12.2024 - 23.12.2024	05.11.2024 - 28.11.2024	02.12.2024 - 13.12.2024
Platformy	Audience Network, Facebook, Instagram	Facebook, Instagram	Audience Network, Facebook, Instagram	Facebook	Audience Network, Facebook, Instagram
Media	Grafika	Wideo	Grafika	Grafika	Grafika
Płeć odbiorców	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie
Wiek odbiorców	18 - 65	26 - 59	18 - 65	20 - 44	18 - 65
Podgląd					
Treść	Gdzie bezpieczne finanse, tam i... ubezpieczenia na życie! W naszej apce masz to wszystko w jednym miejscu. Dostosuj odpowiednią ofertę ubezpieczenia i postaw na dodatkową ochronę	W Santander rozumiemy przedsiębiorców i wiemy, jak wiele wysiłku wymaga prowadzenie własnej firmy. Mamy konto firmowe oraz narzędzia, które pomagają prowadzić biznes	Wybierasz się w podróż i szukasz dodatkowej ochrony? Spakowaliśmy ją do naszej aplikacji. Teraz bezpieczne finanse i ubezpieczenie podróżne masz w jednym miejscu. Dostosuj odpowiednia	„Fałszywi przyjaciele” w języku? Zamiast pomagać, robią psikusy! 😊 Kto z Was zna takie słówka, które brzmią podobnie, ale znaczą coś zupełnie innego? 🤔	Wybierasz się w podróż i szukasz dodatkowej ochrony? Spakowaliśmy ją do naszej aplikacji. Teraz bezpieczne finanse i ubezpieczenie podróżne masz w jednym miejscu. Dostosuj odpowiednia
Link	https://www.facebook.com/ads/library/?id=499391079201656	https://www.facebook.com/ads/library/?id=575161278265040	https://www.facebook.com/ads/library/?id=932491658402125	https://www.facebook.com/ads/library/?id=987294296771511	https://www.facebook.com/ads/library/?id=901248041985801
Zasięg ▾	3 552 978	2 850 952	2 596 817	2 030 928	1 881 121

Reklamy o największym zasięgu: ING Polska

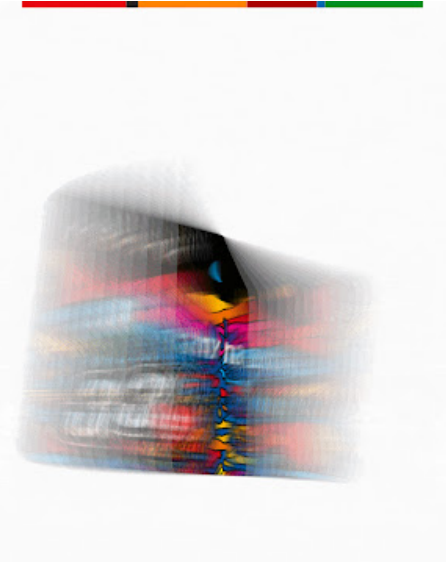
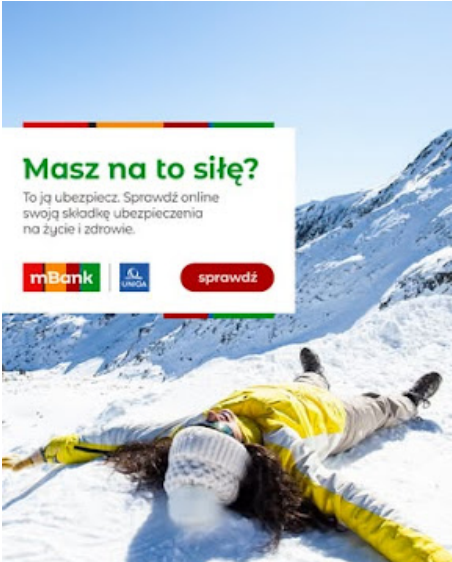
Okres emisji	25.12.2024 -	04.10.2024 - 08.11.2024	03.10.2024 - 08.11.2024	07.11.2024 - 25.11.2024	25.12.2024 -
Platformy	Facebook, Instagram	Facebook, Instagram	Facebook, Instagram	Facebook, Instagram	Facebook, Instagram
Media	Grafika + Wideo	Grafika + Wideo	Grafika	Grafika + Wideo	Grafika
Płeć odbiorców	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie
Wiek odbiorców	18 - 65	18 - 65	18 - 65	18 - 65	18 - 65

	ING	Pekao	Banque Paribas	Bank Millennium	Bank Spółdzielczy w Łodzi
Podgląd	Z apką Moje ING do 7% na koncie oszczędnościowym 7% to oprocentowanie zmienne, obliczane w skali roku. Dotyczy Otwartego Konta Oszczędnościowego w PLN zaliczonego w ramach oferty specjalnej „Bonus na start” w ING Banku Śląskim S.A. Obowiązuje dla kwot poniżej 100 tys. zł przez 3 miesiące od założenia tego konta i za spełnienie wszystkich warunków określonych w jej regulaminie. Po 3 miesiącach dla tego konta obowiązować będzie oprocentowanie standardowe. Zapoznaj się z regulaminem tej oferty specjalnej dostępnym w naszych placówkach oraz na www.ing.pl. Moje ING to nazwa handlowa usługi bankowości elektronicznej ING Banku Śląskiego, a aplikacja Moje ING – jest jej wersją na urządzenia mobilne. Założ online	Z apką Moje ING do 7% na koncie oszczędnościowym 7% to oprocentowanie zmienne, obliczane w skali roku. Dotyczy Otwartego Konta Oszczędnościowego w PLN zaliczonego w ramach oferty specjalnej „Bonus na start” w Pekao Banku S.A. Obowiązuje dla kwot poniżej 100 tys. zł przez 3 miesiące od założenia tego konta i za spełnienie wszystkich warunków określonych w jej regulaminie. Po 3 miesiącach dla tego konta obowiązować będzie oprocentowanie standardowe. Zapoznaj się z regulaminem tej oferty specjalnej dostępnym w naszych placówkach oraz na www.pekao.pl. Moje PEKAO to nazwa handlowa usługi bankowości elektronicznej Pekao Banku S.A., a aplikacja Moje PEKAO – jest jej wersją na urządzenia mobilne. Założ online	Z apką Moje ING do 7% na koncie oszczędnościowym Dla kwot poniżej 100 tys. zł przez 3 mies. Oprocentowanie zmienne, obliczane w skali roku. Zapisz się z warunkami oferty specjalnej „Moje ING to nazwa handlowa usługi bankowości elektronicznej ING Banku Śląskiego, a aplikacja Moje ING – jest jej wersją na urządzenia mobilne.” Założ online	Z apką Moje ING do 7% na koncie oszczędnościowym 7% to oprocentowanie zmienne, obliczane w skali roku. Dotyczy Otwartego Konta Oszczędnościowego w PLN zaliczonego w ramach oferty specjalnej „Bonus na start” w ING Banku Śląskim. Obowiązuje dla kwot poniżej 100 tys. zł przez 3 miesiące od założenia tego konta i za spełnienie wszystkich warunków określonych w jej regulaminie. Po 3 miesiącach dla tego konta obowiązować będzie oprocentowanie standardowe. Zapoznaj się z regulaminem tej oferty specjalnej dostępnym w naszych placówkach oraz na www.ing.pl. Moje ING to nazwa handlowa usługi bankowości elektronicznej ING Banku Śląskiego, a aplikacja Moje ING – jest jej wersją na urządzenia mobilne. Założ online	Z apką Moje ING do 7% na koncie oszczędnościowym 7% to oprocentowanie zmienne, obliczane w skali roku. Dotyczy Otwartego Konta Oszczędnościowego w PLN zaliczonego w ramach oferty specjalnej „Bonus na start” w ING Banku Śląskim S.A. Obowiązuje dla kwot poniżej 100 tys. zł przez 3 miesiące od założenia tego konta i za spełnienie wszystkich warunków określonych w jej regulaminie. Po 3 miesiącach dla tego konta obowiązować będzie oprocentowanie standardowe. Zapoznaj się z regulaminem tej oferty specjalnej dostępnym w naszych placówkach oraz na www.ing.pl. Moje ING to nazwa handlowa usługi bankowości elektronicznej ING Banku Śląskiego, a aplikacja Moje ING – jest jej wersją na urządzenia mobilne. Założ online
Treść	Biała godzina w Paryżu 🇫🇷? Oszczędzaj na to, co daje Ci radość. Aż do 7% na koncie oszczędnościowym w ING. Otwórz konto online i zanlanii swoia biała godzinę już dziś!	Kiedy startować z oszczędzaniem? 🤖 Najlepiej teraz! Bo teraz w ING Banku Śląskim w ofercie specjalnej "Bonus na start" możesz zyskać więcej z anka Moje ING 📱💡 Sprawdź warunki i skorzystaj!	Kiedy startować z oszczędzaniem? 🤖 Najlepiej teraz! Bo teraz w ING Banku Śląskim w ofercie specjalnej "Bonus na start" możesz zyskać więcej z anka Moje ING 📱💡 Sprawdź warunki i skorzystaj!	Kiedy startować z oszczędzaniem? 🤖 Najlepiej teraz! Bo teraz w ING Banku Śląskim w ofercie specjalnej "Bonus na start" możesz zyskać więcej z anka Moje ING 📱💡 Sprawdź warunki i skorzystaj!	Biała godzina w Paryżu 🇫🇷? Oszczędzaj na to, co daje Ci radość. Aż do 7% na koncie oszczędnościowym w ING. Otwórz konto online i zanlanii swoia biała godzinę już dziś!
Link	https://www.facebook.com/ads/library/?id=1694983557734319	https://www.facebook.com/ads/library/?id=1077827863972907	https://www.facebook.com/ads/library/?id=882887943794330	https://www.facebook.com/ads/library/?id=573938258412172	https://www.facebook.com/ads/library/?id=473144502086123
Zasięg ▼	8 547 383	8 528 081	8 172 960	5 950 380	5 838 470

Reklamy o największym zasięgu: PKO Bank Polski

Okres emisji	10.10.2024 - 11.11.2024		10.10.2024 - 11.11.2024		23.12.2024 - 04.01.2025		06.10.2024 - 11.11.2024		07.10.2024 - 11.11.2024	
Platformy	Audience Network, Facebook, Instagram		Audience Network, Facebook, Instagram		Audience Network, Facebook, Instagram		Audience Network, Facebook, Instagram		Audience Network, Facebook, Instagram	
Media	Wideo		Wideo		Wideo		Wideo		Wideo	
Płeć odbiorców	Wszystkie		Wszystkie		Wszystkie		Wszystkie		Wszystkie	
Wiek odbiorców	18 - 65		18 - 65		18 - 64		18 - 65		18 - 65	
Podgląd										
Treść	Oszczędzaj przy okazji. W PKO Banku Polskim Twoje potrzeby są na pierwszym planie.		Oszczędzaj przy okazji. W PKO Banku Polskim Twoje potrzeby są na pierwszym planie.		Niech magia trwa nie tylko od święta!		Ty wydajesz, a pieniądze do Ciebie wracają 		Ty wydajesz, a pieniądze do Ciebie wracają 	
Link	https://www.facebook.com/ads/library/?id=1242724216740857		https://www.facebook.com/ads/library/?id=8649672221778055		https://www.facebook.com/ads/library/?id=1115607213129375		https://www.facebook.com/ads/library/?id=853257116922510		https://www.facebook.com/ads/library/?id=357024910738301	
Zasięg ▾	10 021 127		9 325 406		8 475 470		6 242 986		4 594 859	

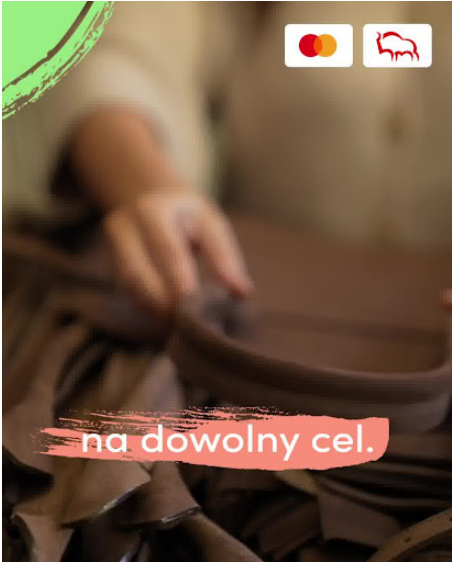
Reklamy o największym zasięgu:mBank Polska

Okres emisji	27.12.2024 - 10.01.2025	23.12.2024 - 10.01.2025	11.10.2024 - 01.12.2024	04.12.2024 - 18.12.2024	02.12.2024 -
Platformy	Facebook, Instagram	Facebook, Instagram, Messenger	Facebook, Instagram	Facebook, Instagram	Facebook, Instagram
Media	Wideo	Grafika	Grafika	Grafika	Grafika
Płeć odbiorców	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie
Wiek odbiorców	20 - 44	20 - 44	40 - 64	21 - 64	40 - 55
Podgląd					
Treść	Specjalna karta na 33. Finał WOŚP już dostępna, zamów ją jeszcze dzisiaj 😊	Jedyna w swoim rodzaju karta na 33. Finał WOŚP, którą zaprojektował Jurek Owsiak, już dostępna! Zamów ją jeszcze dzisiaj 😊	Zyskaj spokój i nie martw się kredytem we frankach szwajcarskich. Nota prawna: www.mbank.pl/nota/ugodv	Zadbaj o bezpieczną przyszłość dla siebie i bliskich ❤️ Skorzystaj z promocji i odbierz voucher 150 zł do wykorzystania na zakupy w sieci sklepów Biedronka	-
Link	https://www.facebook.com/ads/library/?id=1132501854424975	https://www.facebook.com/ads/library/?id=590250267193259	https://www.facebook.com/ads/library/?id=569265425535473	https://www.facebook.com/ads/library/?id=1116479396929646	https://www.facebook.com/ads/library/?id=532575289769416
Zasięg ▾	3 106 136	1 972 019	1 844 251	1 766 197	1 665 001

Reklamy o największym zasięgu: Alior Bank SA

Okres emisji	06.11.2024 - 15.11.2024	20.12.2024 - 25.12.2024	31.12.2024 - 02.01.2025	07.10.2024 - 21.10.2024	17.12.2024 - 25.12.2024
Platformy	Facebook	Facebook	Facebook	Facebook	Facebook
Media	Wideo	Grafika	Wideo	Grafika	Wideo
Płeć odbiorców	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie
Wiek odbiorców	18 - 65	18 - 65	18 - 65	18 - 65	18 - 65
Podgląd					
Treść	Przedsiębiorco, podczas jesiennych porządków w swojej firmie, zadбай też o odpowiednie miejsce dla nadwyżek finansowych. 💰 Załóż lokatę na nowe środki dla klientów biznesowych ze stałym	HOHOHO! Świąta to dobry moment na.... rundkę na specjalnej mapie Alior Banku. 🎮 Wbij kod, weź udział w dedykowanym wyzwaniu Royale Festival i zrób sobie prezent zgarniając gaminnowe nagrody	Te małe i te duże. Niech w 2025 roku spełnią Wam się wszystkie marzenia. 🤖	Chcecie zacząć inwestować na światowych rynkach, ale nie do końca wiecie, jak wygląda to w praktyce? 💰	Gad z Shurimy wie, że dobry start gwarantuje przewagę na Rificie. Nie czekaj, załóż już teraz Konto dla graczy, płać kartą, zbieraj punkty i wymieniaj je na gaminnowe nagrody 🎮
Link	https://www.facebook.com/ads/library/?id=1341548233485323	https://www.facebook.com/ads/library/?id=1100495761786022	https://www.facebook.com/ads/library/?id=2765845543576814	https://www.facebook.com/ads/library/?id=846581220960866	https://www.facebook.com/ads/library/?id=2003717210147041
Zasięg ▾	698 043	686 269	673 827	660 609	627 442

Reklamy o największym zasięgu: Bank Pekao S.A.

Okres emisji	11.10.2024 - 15.11.2024	10.12.2024 - 17.12.2024	22.11.2024 - 07.12.2024	15.11.2024 - 27.11.2024	06.12.2024 - 11.12.2024
Platformy	Facebook, Instagram	Facebook, Instagram	Facebook, Instagram	Facebook, Instagram	Facebook, Instagram
Media	Grafika	Wideo	Wideo	Wideo	Wideo
Płeć odbiorców	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie
Wiek odbiorców	25 - 65	25 - 60	25 - 60	25 - 60	25 - 60
Podgląd					
Treść	Podczas realizacji marzeń najważniejszy jest... pierwszy krok! Ruszaj do celu z wygodną pożyczką na to, co Cię ucieszy. 🛵	Trzask Ceramics doskonale wiedzą, że bankowanie online to nie tylko wygoda, ale także oszczędność czasu, którą można przełożyć na rozwój działalności! 🧡 Poznaj Konto Biznes z Żubrem i	Chcesz, aby Twój biznes rozkwitł? 🌸 Tak, jak Milena postaw na Konto Biznes z Żubrem! 🐾 Zarządzaj wszystkim online, zgarniaj atrakcyjne benefity na start i korzystaj z usług, które wesprą	W co inwestujesz, aby spełniać swoje biznesowe marzenia? 🏠	Trzask Ceramics doskonale wiedzą, że bankowanie online to nie tylko wygoda, ale także oszczędność czasu, którą można przełożyć na rozwój działalności! 🧡 Poznaj Konto Biznes z Żubrem i
Link	https://www.facebook.com/ads/library/?id=576041238280160	https://www.facebook.com/ads/library/?id=931589891842967	https://www.facebook.com/ads/library/?id=1804893270319792	https://www.facebook.com/ads/library/?id=529929399914560	https://www.facebook.com/ads/library/?id=949219737132627
Zasięg ▾	2 682 613	2 523 824	2 343 606	1 867 074	1 779 988



Analiza fraz

Metodologia

W analizie uwzględniono reklamy opublikowane na platformach Meta (Audience Network, Facebook, Instagram i Messenger) między 2024-10-01 a 2024-12-31, które zostały wyświetlone przez odbiorców w następujących krajach: PL.

Ponadto każda z reklam analizowanych w tej sekcji zawierała conajmniej jedną z następujących fraz: Kredyt, Lokata, Konto osobiste.

Szukane frazy mogły pojawić się zarówno w tekstowej treści reklamy jak i na załączonej grafice lub wideo. Co więcej, frazy mogą występować wyłącznie w nazwie reklamodawcy.

Każda z reklam mogła być emitowana na kilku platformach jednocześnie i zawierać kilka rodzajów multimediiów (grafika, tekst, wideo).

Główne wnioski i obserwacje

Podsumowując, w okresie od 1 października do 31 grudnia 2024 roku, reklamy w Meta zawierające frazy "Konto osobiste", "Kredyt" i "Lokata" wykazały różnorodność pod względem liczby opublikowanych reklam, zasięgu, używanych multimediów oraz platform.

Liczba reklam z frazą "Kredyt" była najwyższa, wynosząc 9 865, z umiarkowanym średnim zasięgiem 10 653 odbiorców. Fraza "Lokata" miała najmniej reklam (331), ale najwyższy średni zasięg (20 141 odbiorców). Fraza "Konto osobiste" była najmniej liczna (67 reklam) i miała najniższy średni zasięg (9 052 odbiorców).

Reklamy z frazą "Konto osobiste" i "Kredyt" najczęściej docierały do małych grup odbiorców, podczas gdy "Lokata" miała większy odsetek reklam docierających do średnich grup odbiorców.

Najczęściej używanym medium była grafika, dominująca we wszystkich kategoriach, z wideo jako drugim najczęściej używanym medium. Tekst nie był używany jako samodzielne medium.

Facebook i Instagram były dominującymi platformami, z Facebookiem przodującym w przypadku frazy "Kredyt". Instagram był najczęściej wybierany dla frazy "Lokata".

Volkswagen Financial Services Polska wyróżniał się w kategorii "Konto osobiste" pod względem liczby reklam i średniego zasięgu. VeloBank miał najwięcej reklam w kategorii "Kredyt", ale Credit Agricole Bank Polska osiągnął najwyższy średni zasięg. W kategorii "Lokata", Santander Consumer Bank Polska prowadził pod względem liczby reklam, a Pirelli Polska miało najwyższy średni zasięg.

Reklamy o największym zasięgu wykorzystywały wideo i były skierowane do szerokiej grupy odbiorców, co wskazuje na skuteczność dynamicznych treści multimedialnych w przyciąganiu uwagi.

Liczba i średni zasięg reklam

W okresie od 1 października do 31 grudnia 2024 roku reklamy w Meta zawierające frazę "Kredyt" były najliczniej reprezentowane, z liczbą 9 865 reklam. Średni zasięg tych reklam wynosił 10 653 odbiorców, co wskazywało na umiarkowane zainteresowanie w porównaniu do liczby reklam.

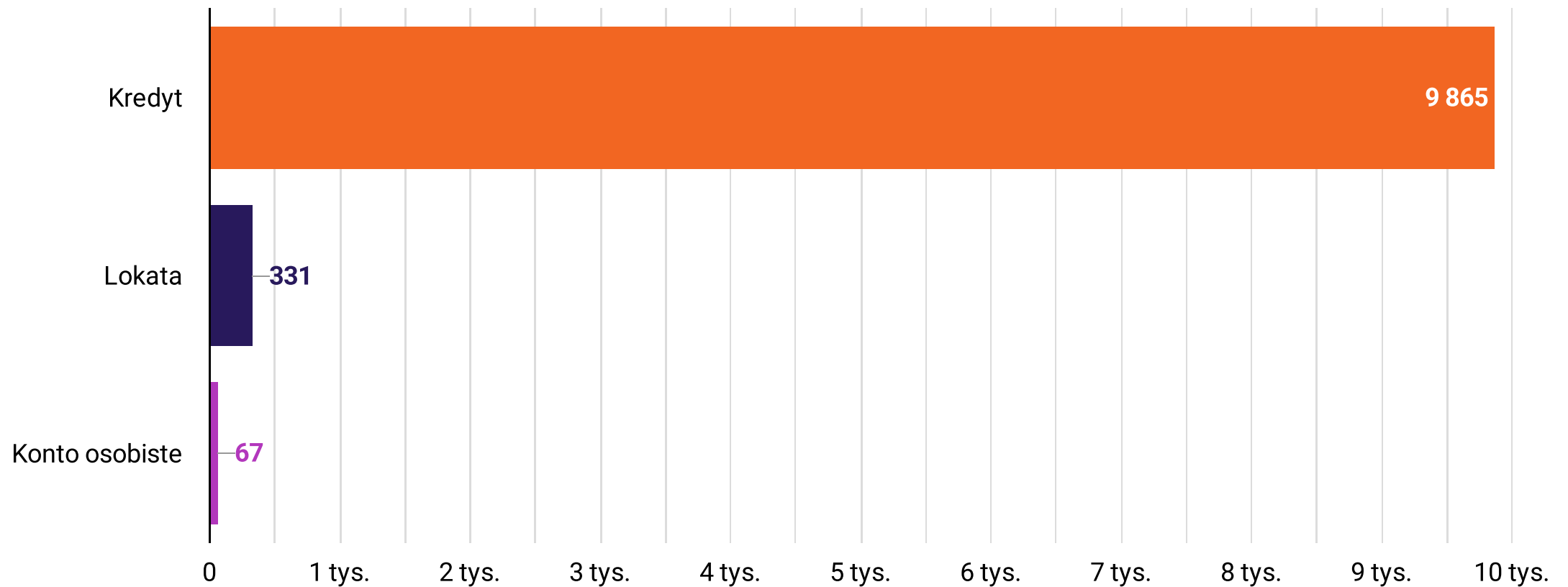
Frazę "Lokata" wykorzystano w 331 reklamach, które osiągnęły najwyższy średni zasięg wynoszący 20 141 odbiorców. Sugerowało to, że mimo mniejszej liczby reklam, były one bardziej skuteczne w dotarciu do większej liczby odbiorców.

Reklamy z frazą "Konto osobiste" były najmniej liczne, zaledwie 67, a ich średni zasięg wynosił 9 052 odbiorców, co było najniższym wynikiem w porównaniu do pozostałych fraz.

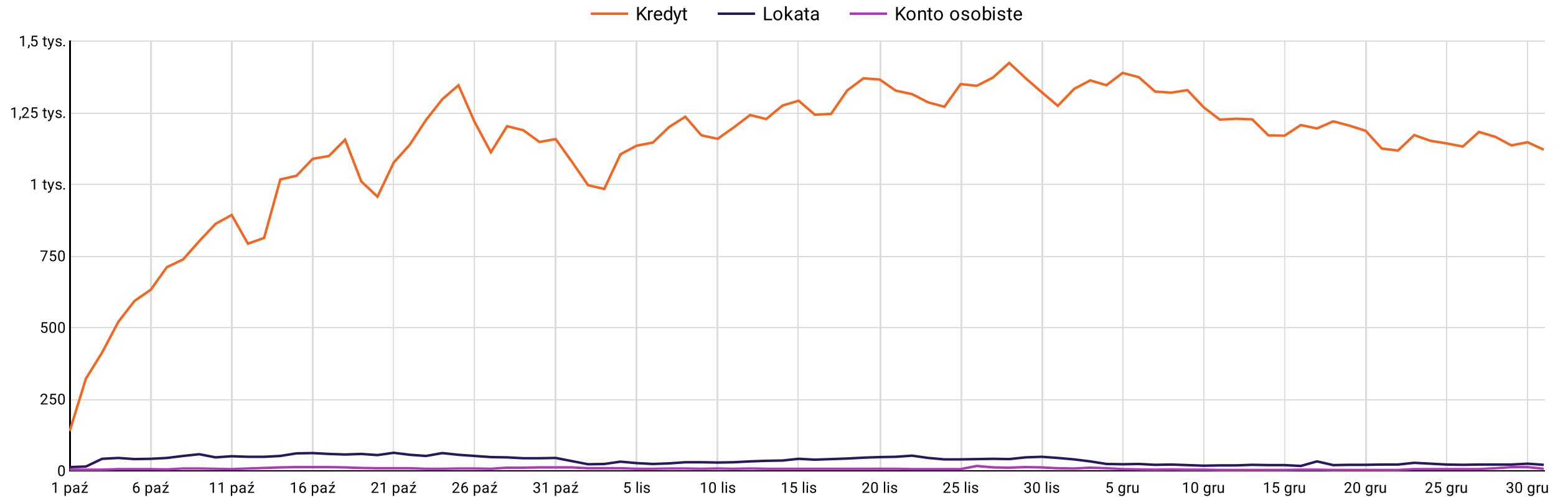
Analiza wskazuje, że fraza "Lokata" była najbardziej efektywna pod względem zasięgu, mimo że liczba reklam była znacznie mniejsza niż w przypadku frazy "Kredyt".

Natomiast fraza "Kredyt" dominowała pod względem liczby reklam, ale nie przekładało się to na najwyższy zasięg.

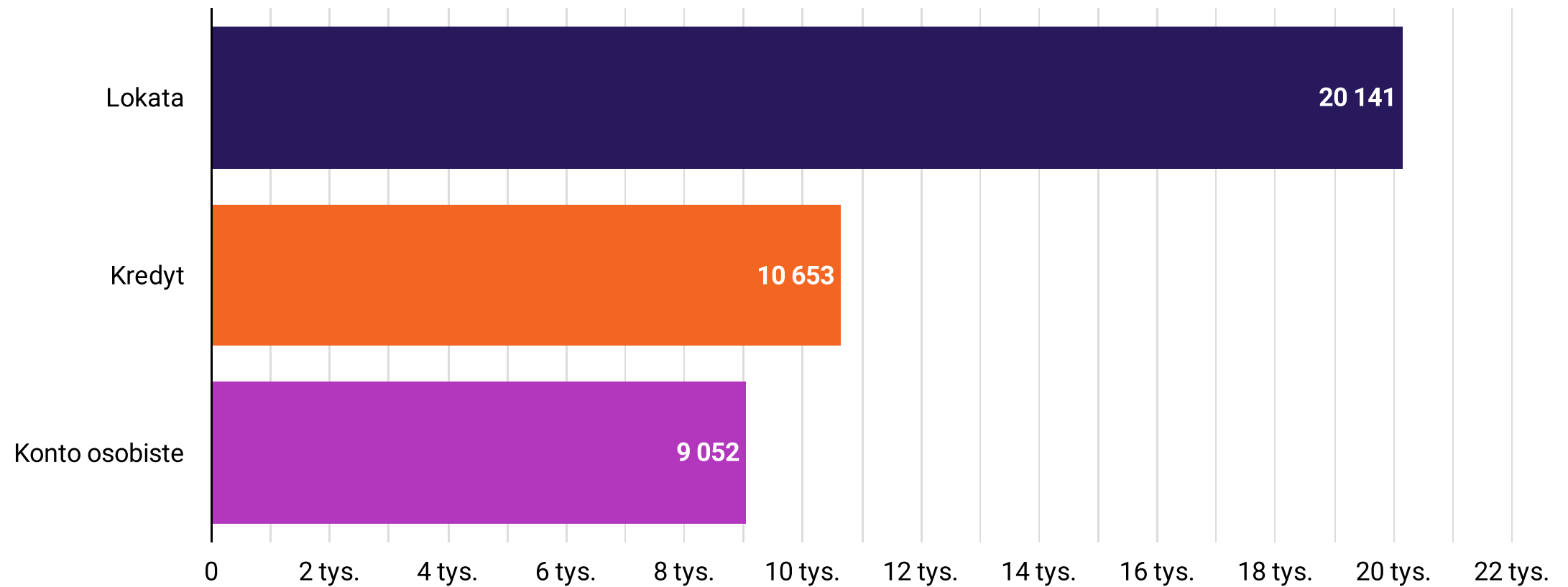
Liczba opublikowanych reklam



Liczba aktywnych reklam



Średni zasięg reklam



Rozkład zasięgu reklam

W analizowanym okresie reklamy zawierające frazy "Konto osobiste", "Kredyt" oraz "Lokata" różniły się pod względem rozkładu liczby odbiorców.

Reklamy z frazą "Konto osobiste" najczęściej docierały do małych grup odbiorców, z 42% reklam osiągających zasięg do 1 000 odbiorców, a 36% w przedziale 1 001 - 10 000 odbiorców. Zaledwie 1% reklam dotarło do większych grup w przedziale 100 001 - 1 000 000 odbiorców.

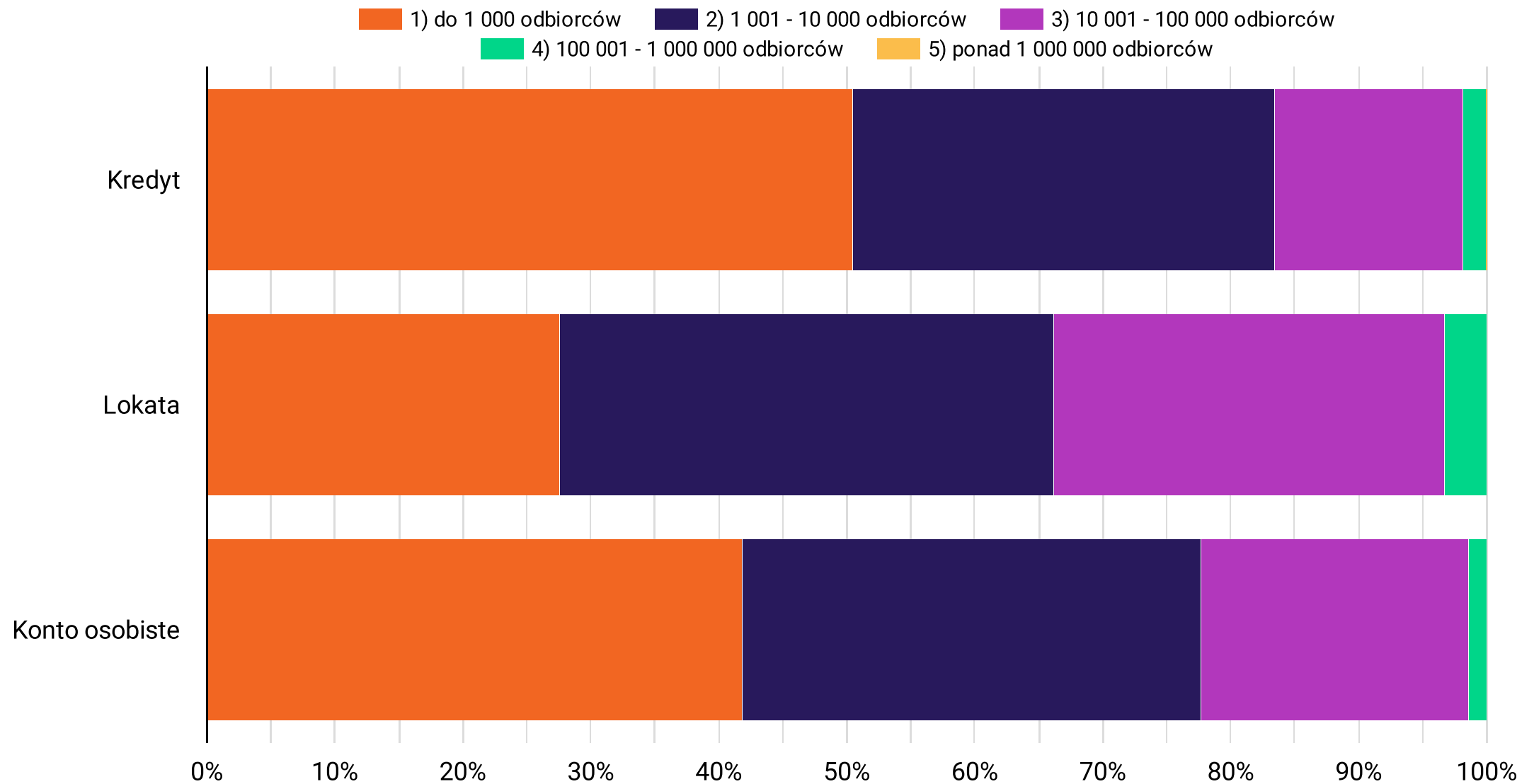
Dla frazy "Kredyt", również dominowały reklamy o najmniejszym zasięgu, z 50% reklam docierających do grup do 1 000 odbiorców i 33% w przedziale 1 001 - 10 000 odbiorców. Tylko 2% reklam osiągnęło zasięg w przedziale 100 001 - 1 000 000 odbiorców.

Fraza "Lokata" wykazała nieco inny rozkład, z większym odsetkiem reklam (31%) docierających do grup w przedziale 10 001 - 100 000 odbiorców, a 39% reklam w przedziale 1 001 - 10 000 odbiorców. Zasięg do 1 000 odbiorców miało 27% reklam.

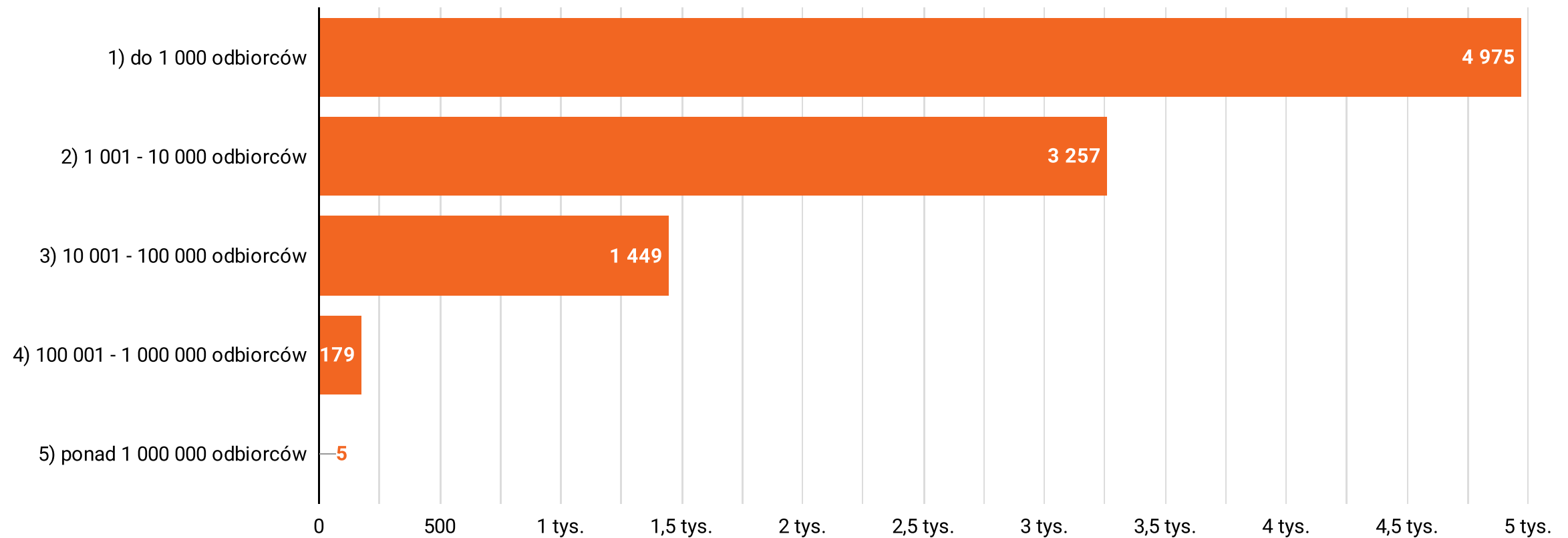
Żadna z analizowanych fraz nie osiągnęła zasięgu ponad 1 000 000 odbiorców.

Reklamy z frazą "Lokata" miały największy odsetek w średnim przedziale zasięgu, co sugeruje, że były bardziej skuteczne w docieraniu do większych grup odbiorców w porównaniu do pozostałych fraz.

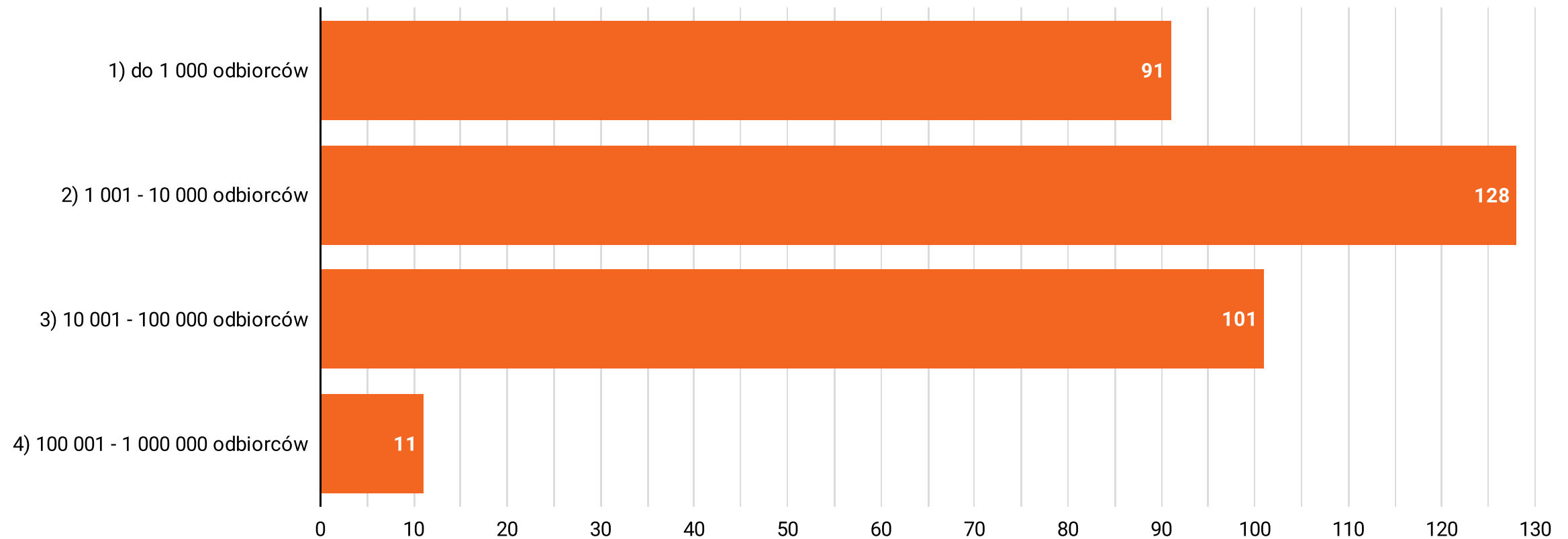
Rozkład zasięgu reklam



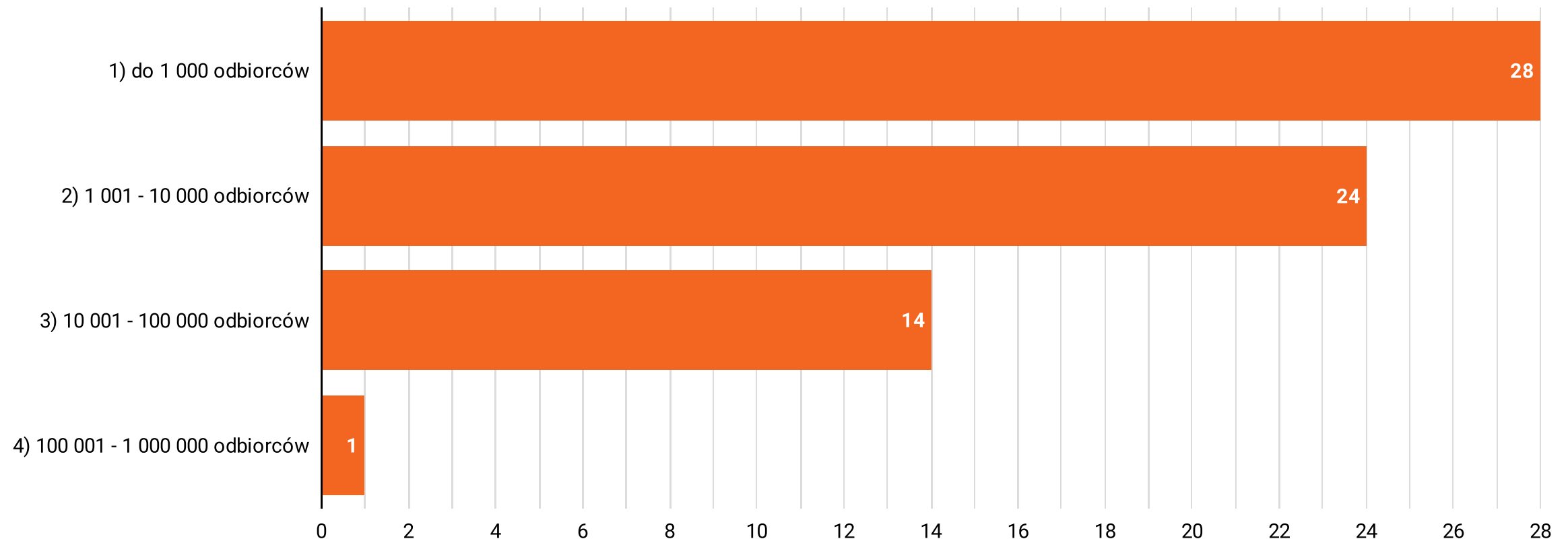
Rozkład zasięgu reklam: Kredyt



Rozkład zasięgu reklam: Lokata



Rozkład zasięgu reklam: Konto osobiste



Reklamodawcy

W analizowanym okresie od 1 października do 31 grudnia 2024 roku, w kategorii reklam dotyczących frazy "Konto osobiste", Volkswagen Financial Services Polska wyróżniał się jako lider zarówno pod względem liczby reklam, jak i średniego zasięgu.

Volkswagen Financial Services Polska opublikował 12 reklam, co stanowiło najwyższą liczbę w tej kategorii, a ich średni zasięg wynosił 19 519, co również było najwyższym wynikiem.

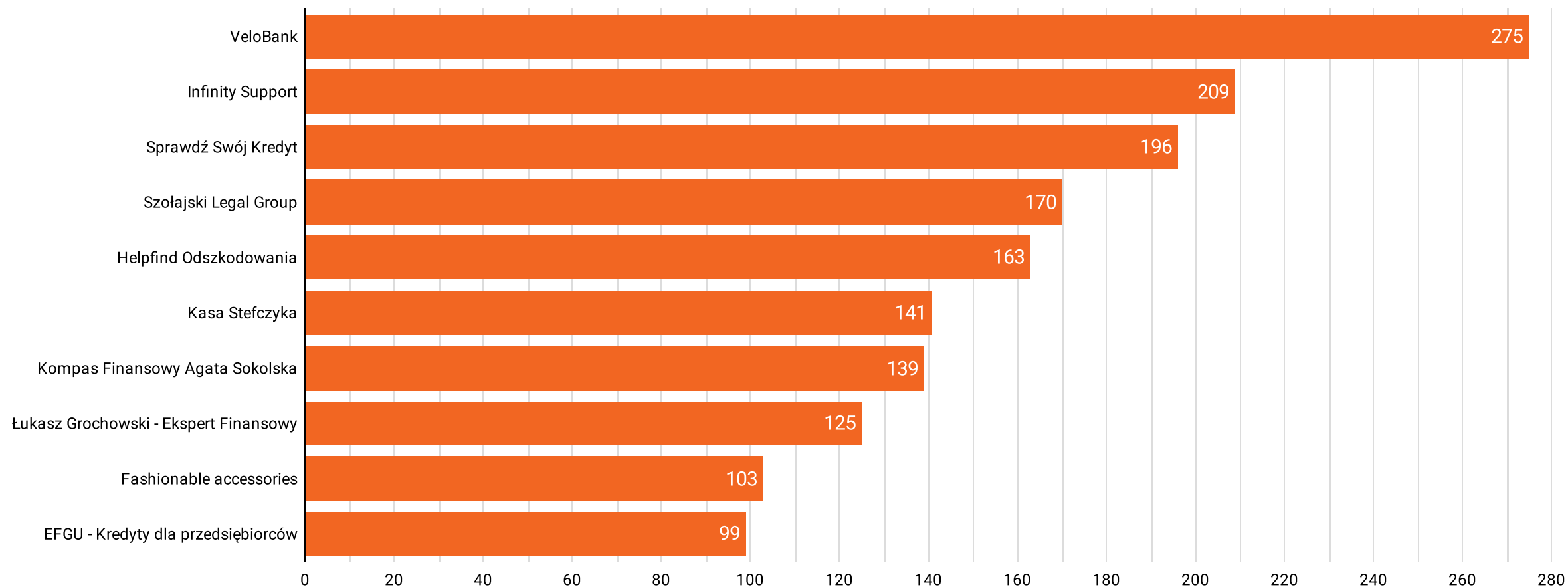
W kategorii "Kredyt", VeloBank był zdecydowanym liderem pod względem liczby reklam, publikując aż 275 reklam.

Jednakże, Credit Agricole Bank Polska osiągnął najwyższy średni zasięg w tej kategorii, wynoszący 471 535, co wskazuje na skuteczność ich kampanii w dotarciu do szerokiej publiczności.

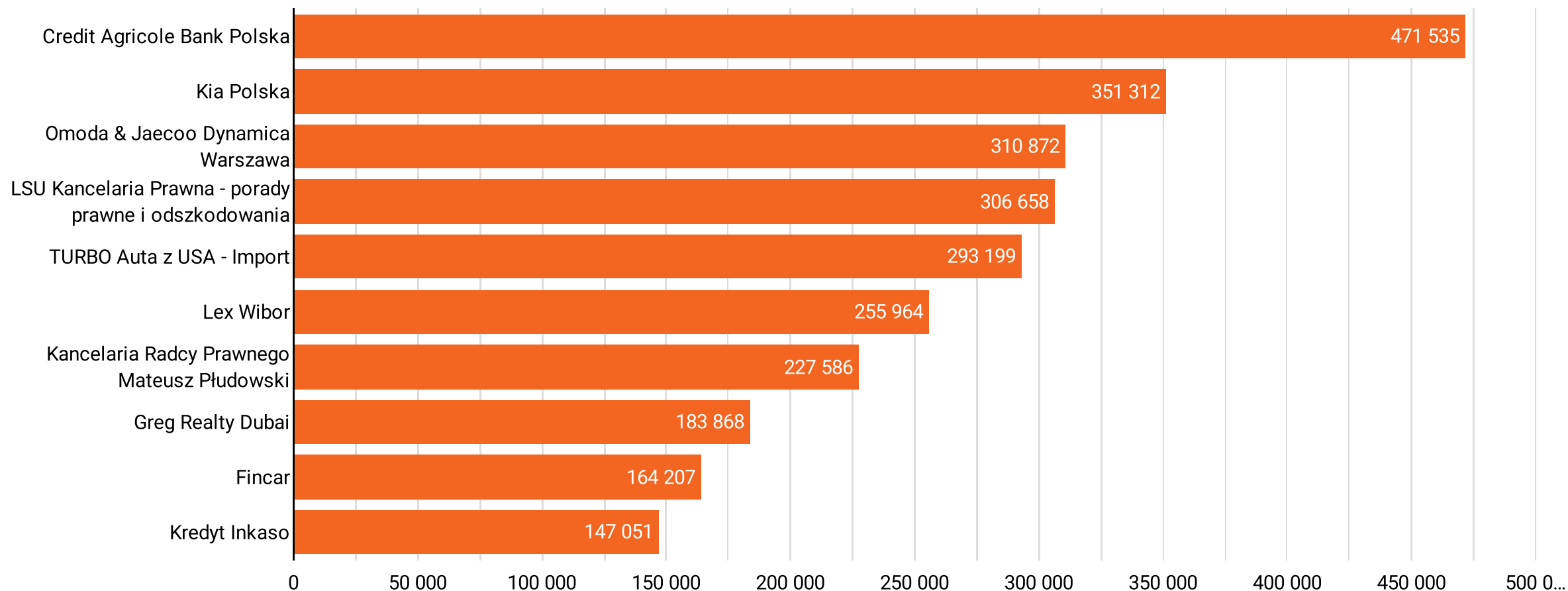
W kategorii "Lokata", Santander Consumer Bank Polska prowadził pod względem liczby reklam z 44 publikacjami, podczas gdy Pirelli Polska osiągnęło najwyższy średni zasięg na poziomie 265 473.

Ogólnie rzecz biorąc, dane te wskazują na różnorodność strategii reklamowych stosowanych przez różne firmy, gdzie nie zawsze liczba reklam koreluje z ich zasięgiem.

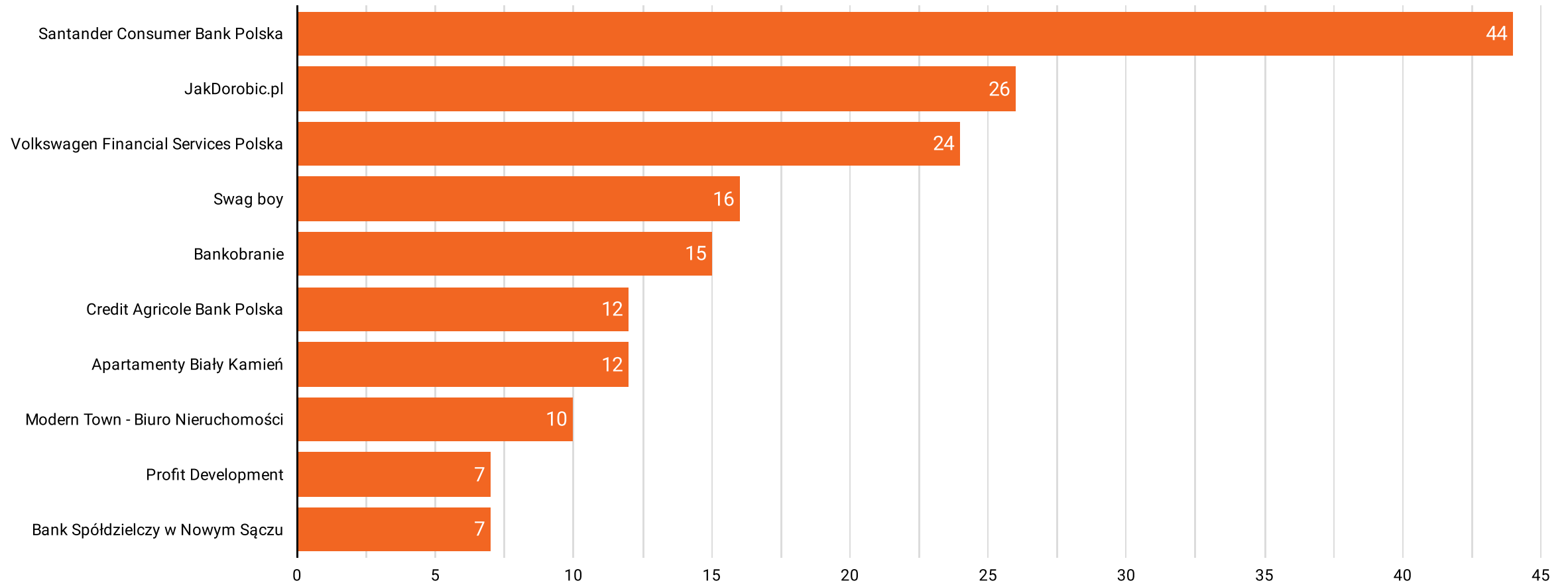
Top reklamodawcy (liczba reklam): Kredyt



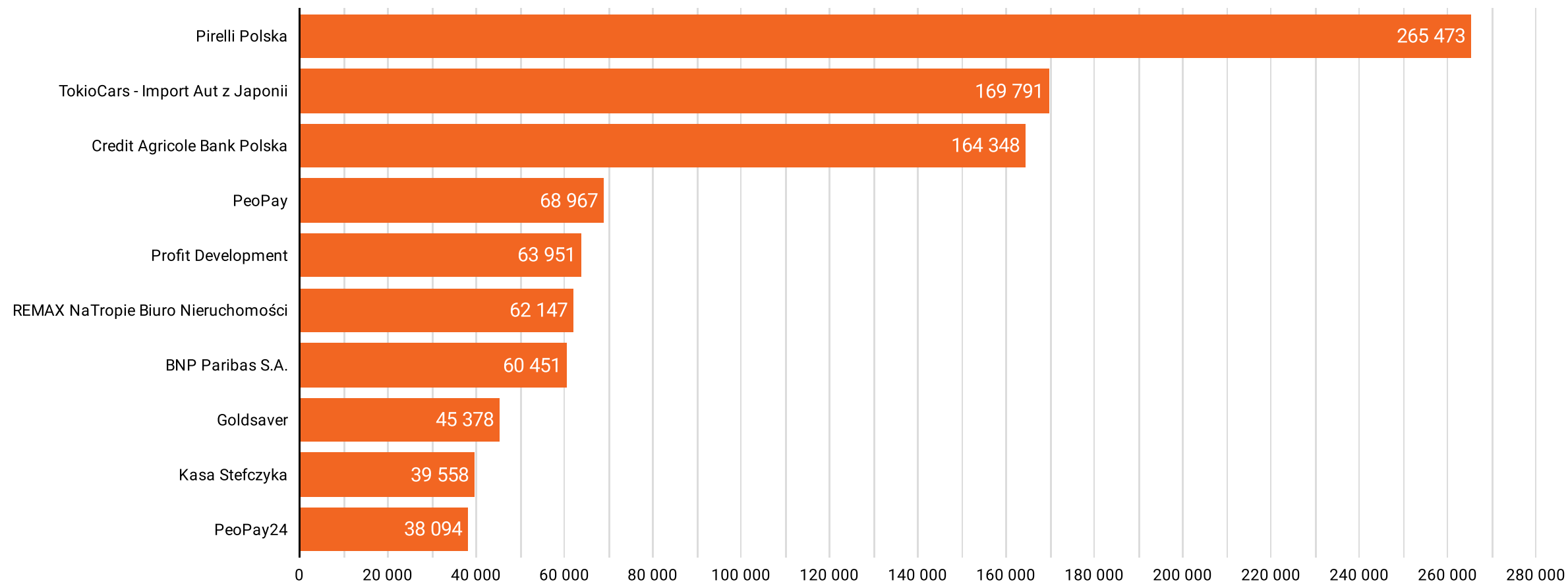
Top reklamodawcy (średni zasięg reklam): Kredyt



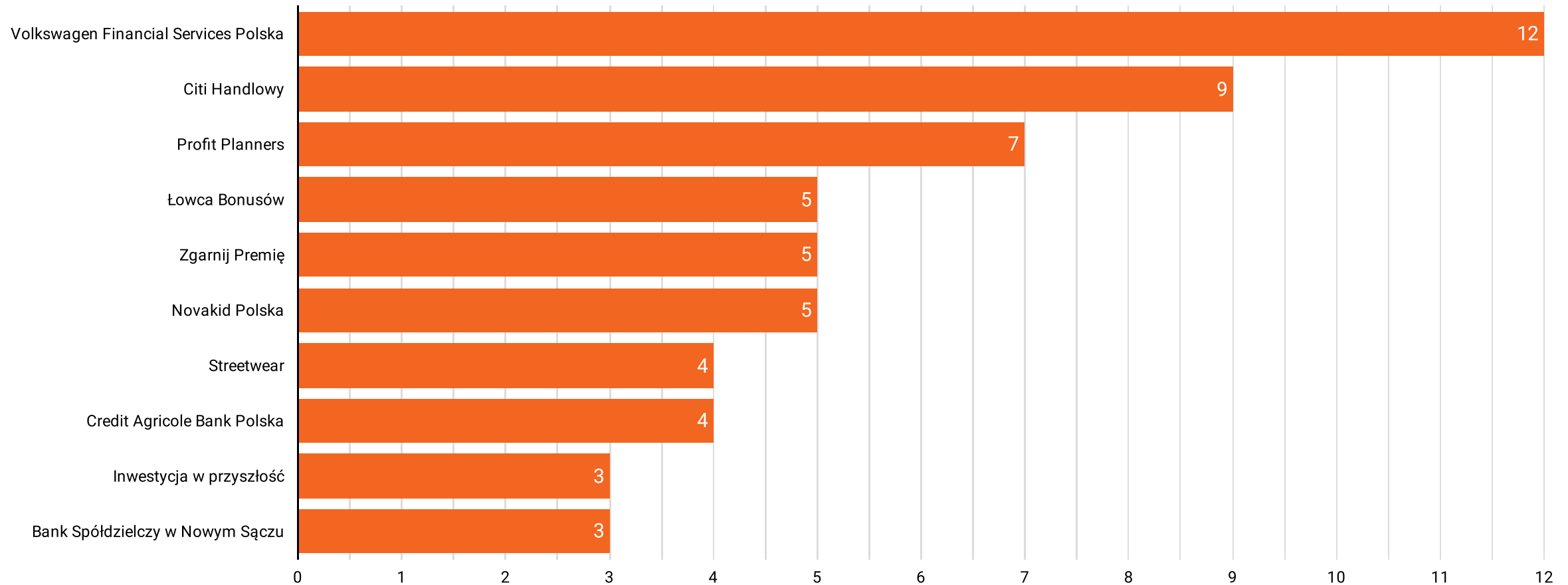
Top reklamodawcy (liczba reklam): Lokata



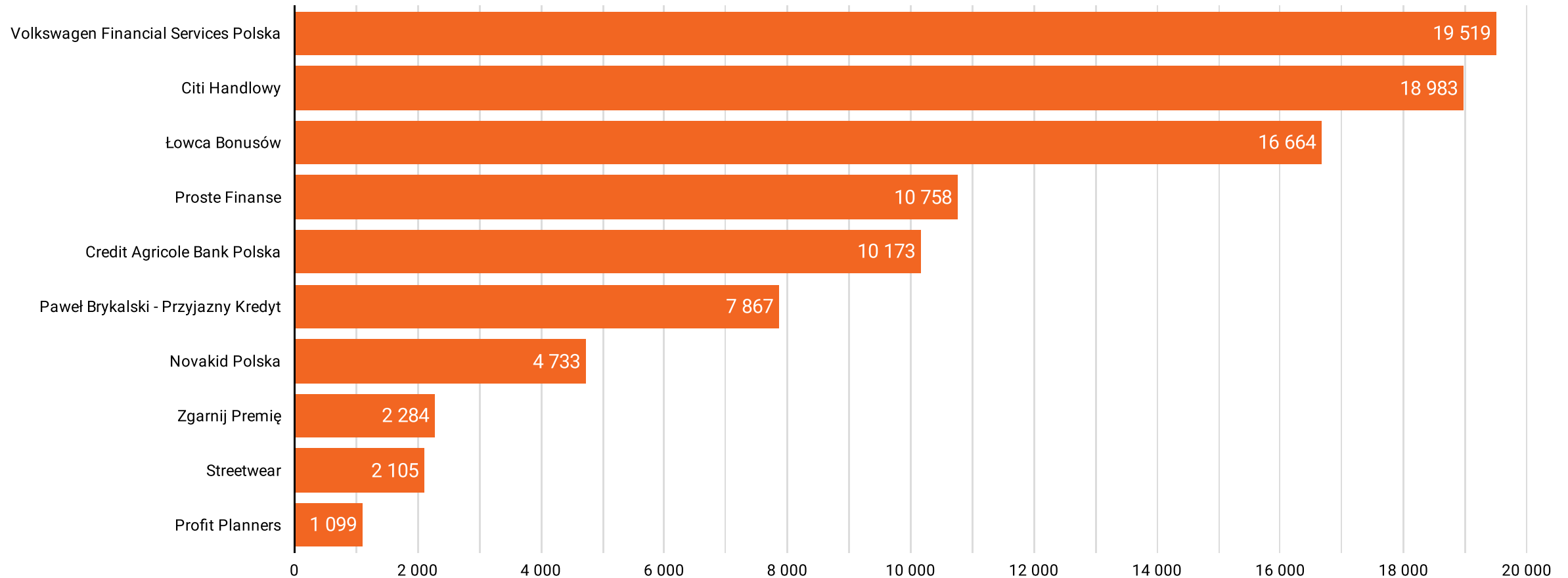
Top reklamodawcy (średni zasięg reklam): Lokata



Top reklamodawcy (liczba reklam): Konto osobiste



Top reklamodawcy (średni zasięg reklam): Konto osobiste



Platformy

W okresie od 1 października do 31 grudnia 2024 roku reklamy zawierające frazę "Kredyt" były najczęściej publikowane na platformach Meta, z największą liczbą reklam na Facebooku, wynoszącą 9 193, co stanowiło 93,19% wszystkich reklam z tą frazą.

Instagram również odnotował wysoką liczbę reklam z frazą "Kredyt", osiągając 8 816 reklam, co stanowiło 89,37% wszystkich reklam z tą frazą.

W przypadku frazy "Konto osobiste", Facebook był również dominującą platformą z 57 reklamami, co stanowiło 85,07% wszystkich reklam z tą frazą.

Instagram z frazą "Konto osobiste" miał 52 reklamy, co stanowiło 77,61% wszystkich reklam z tą frazą.

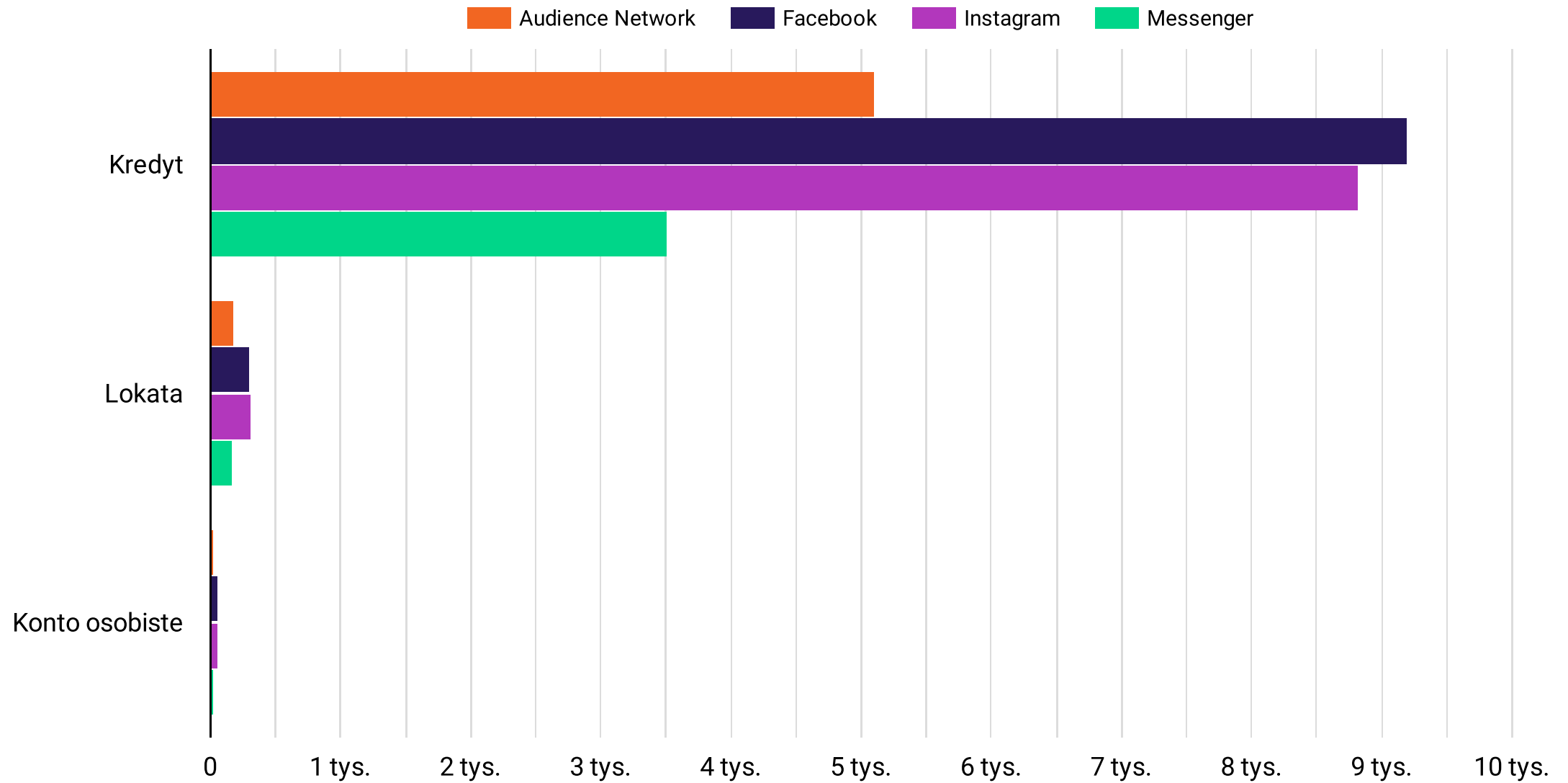
Fraza "Lokata" była najczęściej promowana na Instagramie, gdzie odnotowano 305 reklam, co stanowiło 92,15% wszystkich reklam z tą frazą.

Audience Network, choć mniej popularny, również miał znaczący udział w reklamach z frazami "Kredyt" i "Lokata", z odpowiednio 5 098 i 180 reklamami.

Messenger był platformą, na której frazy "Konto osobiste" i "Kredyt" miały stosunkowo mniejszy udział, ale nadal istotny, z odpowiednio 21 i 3 511 reklamami.

Ogólnie rzecz biorąc, Facebook i Instagram były dominującymi platformami dla wszystkich analizowanych fraz, z wyraźnym prymatem Facebooka w przypadku frazy "Kredyt".

Platformy



Reklamy mogły być emitowane na kilku platformach jednocześnie. Nie należy sumować wartości.

Multimedia

W okresie od 1 października do 31 grudnia 2024 roku reklamy na platformie Meta, które zawierały frazy związane z "Konto osobiste", "Kredyt" oraz "Lokata", wykazywały zróżnicowane preferencje w zakresie używanych multimediów.

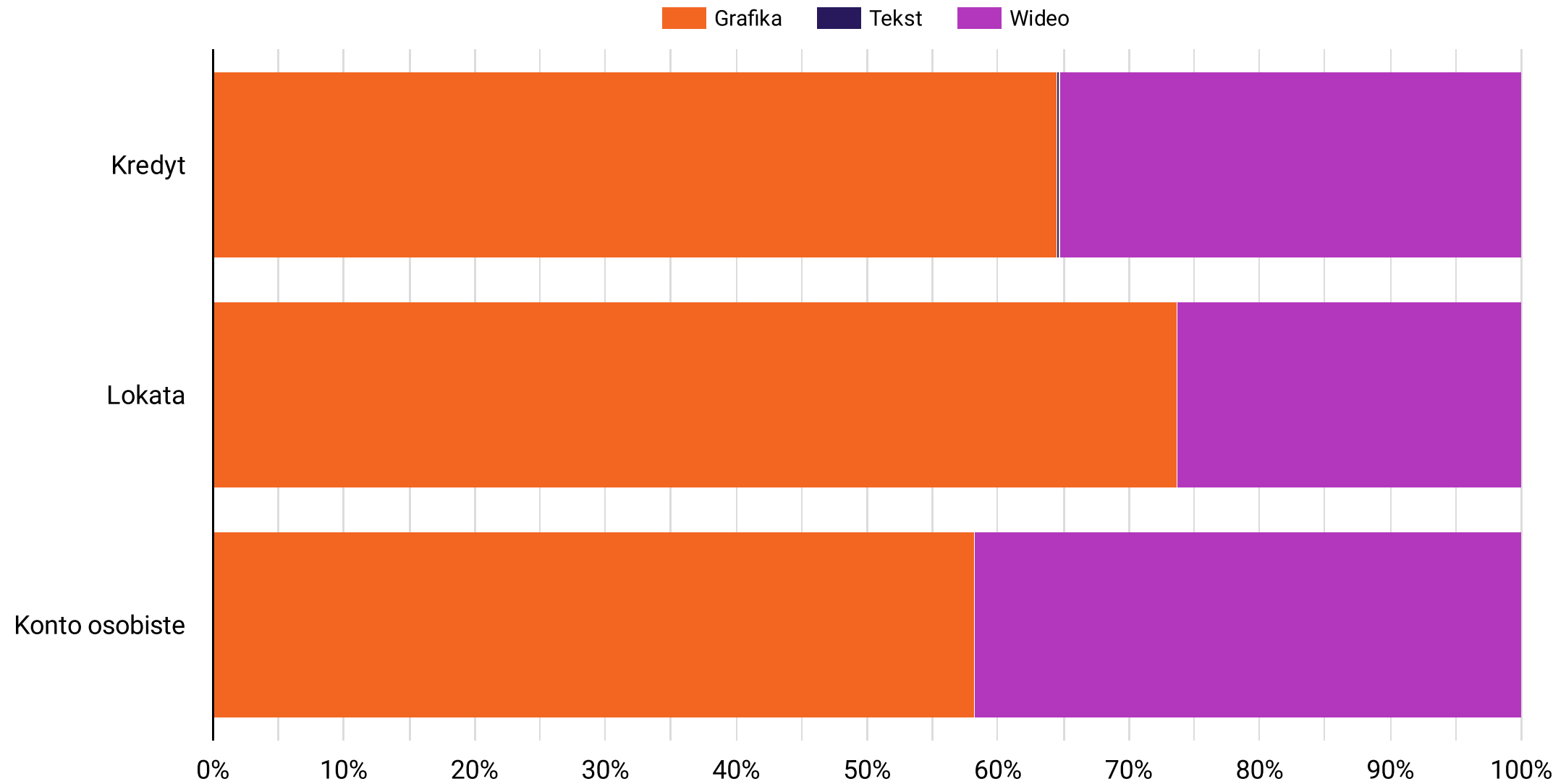
Fraza "Konto osobiste" była promowana głównie za pomocą grafiki, która stanowiła 58% wszystkich reklam, natomiast wideo stanowiło 42%. Warto zauważyć, że nie używano tekstu jako samodzielnego medium w tej kategorii.

W przypadku frazy "Kredyt", dominującym medium była grafika, która pojawiła się w 65% reklam, podczas gdy wideo stanowiło 35%. Podobnie jak w przypadku "Konto osobiste", tekst nie był używany jako samodzielne medium.

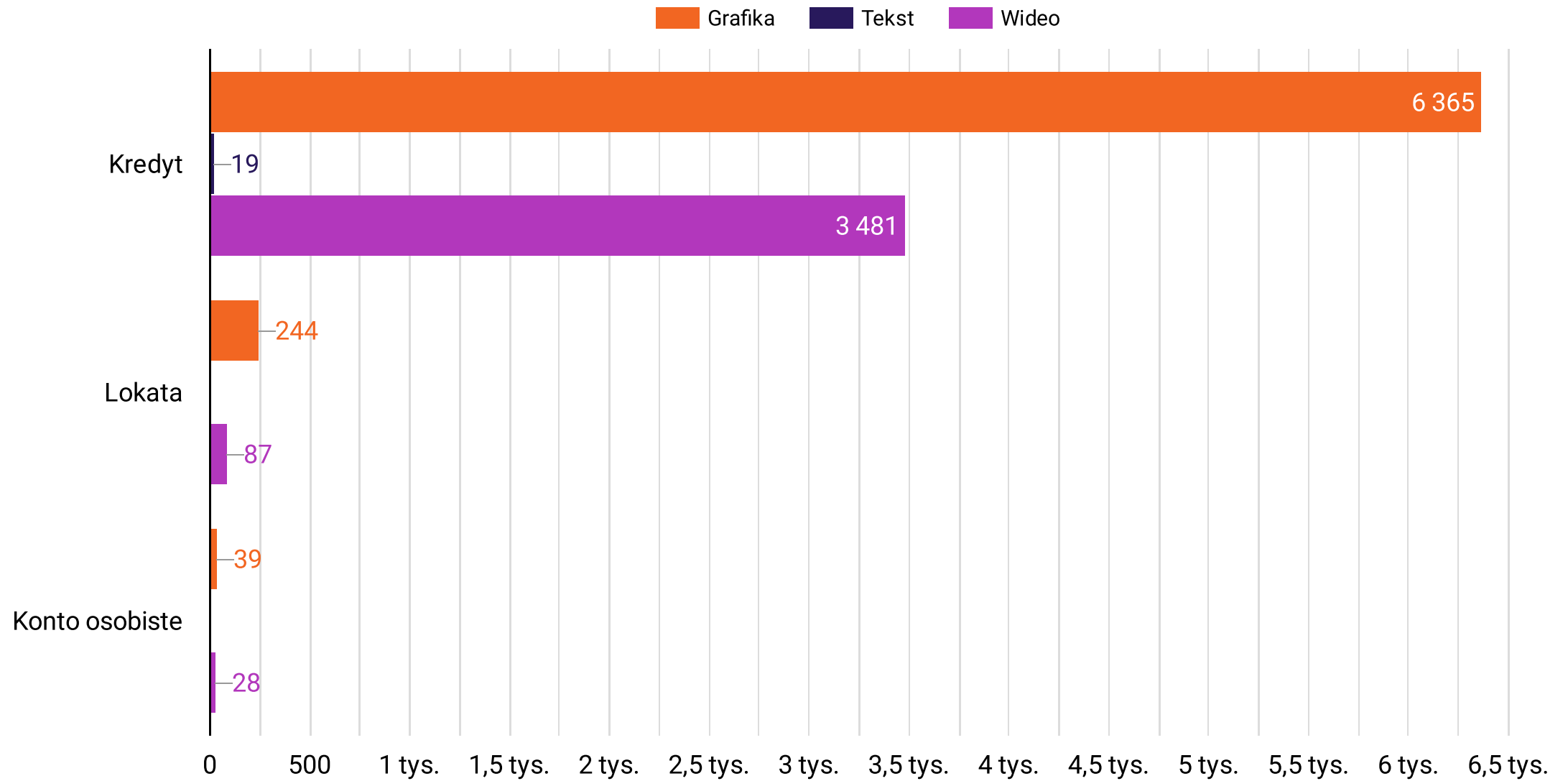
Fraza "Lokata" również była promowana głównie za pomocą grafiki, która stanowiła 74% reklam, a wideo stanowiło 26%. Podobnie jak w poprzednich przypadkach, tekst nie był używany jako samodzielne medium.

Ogólnie rzecz biorąc, grafika była najczęściej wybieranym medium we wszystkich trzech kategoriach, co sugeruje jej skuteczność w przyciąganiu uwagi odbiorców w kampaniach reklamowych na platformie Meta.

Multimedia

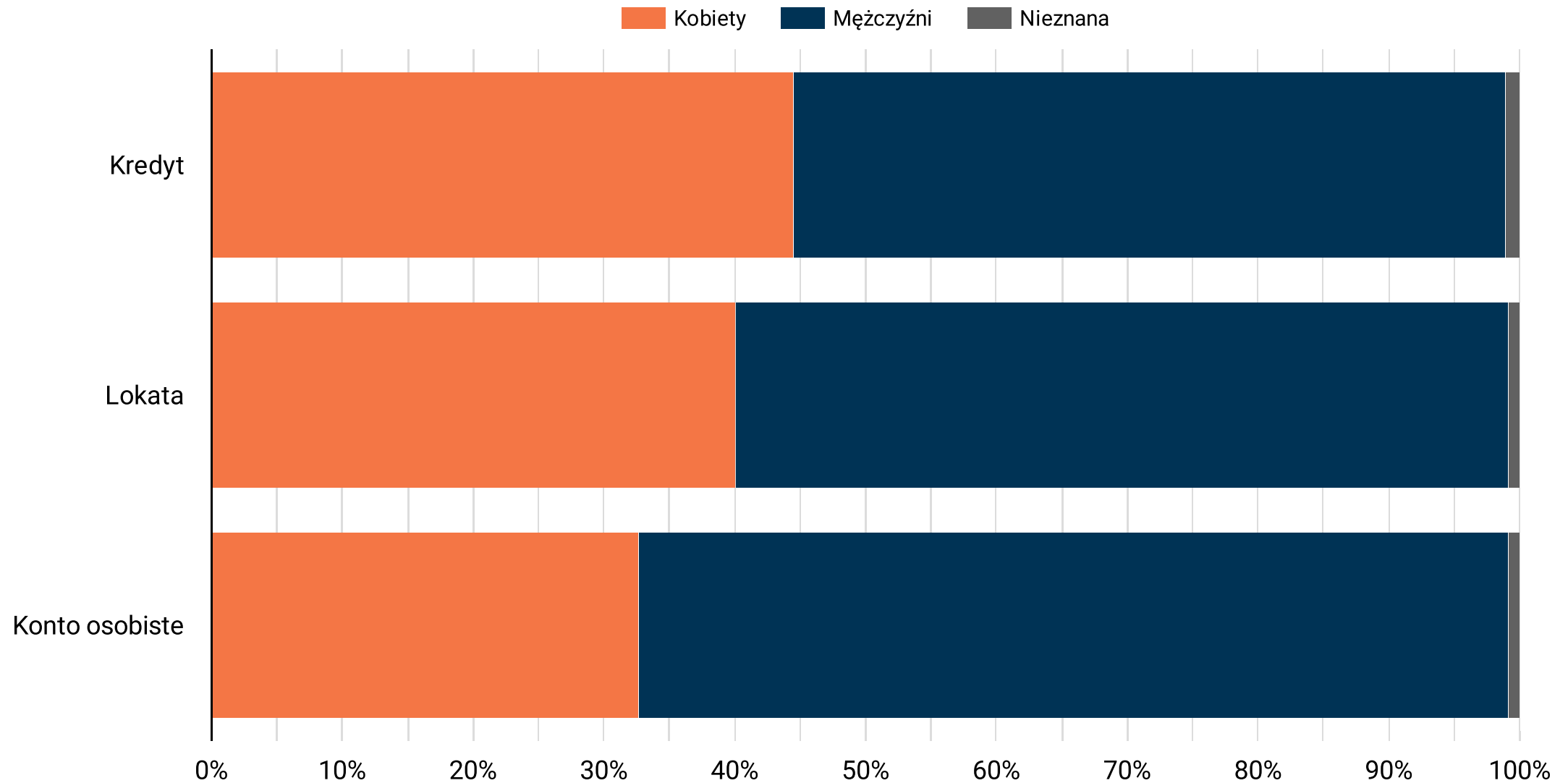


Multimedia

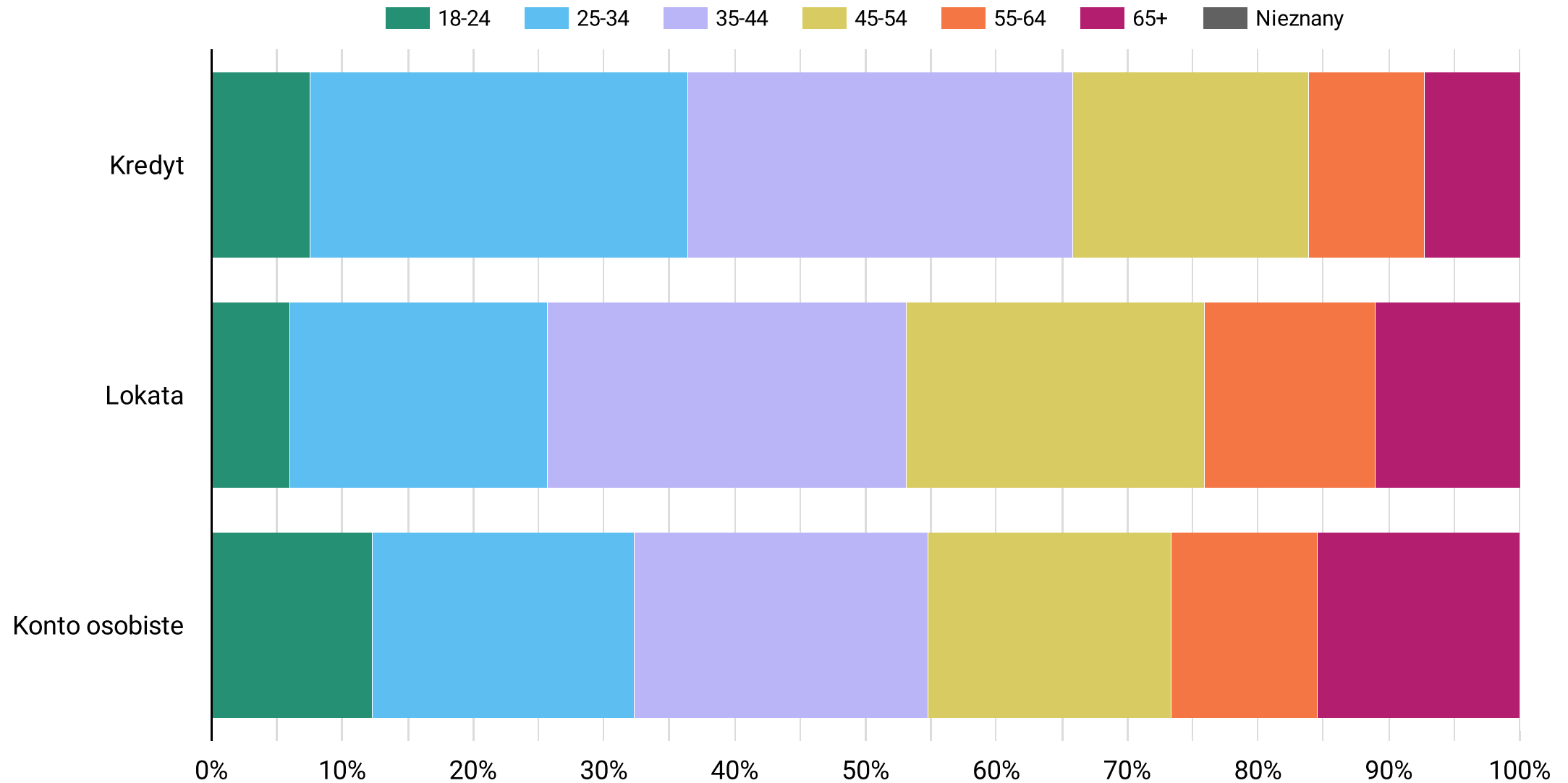


Reklamy mogły zawierać kilka rodzajów multimedii. Nie należy sumować wartości.

Odbiorcy reklam według płci



Odbiorcy reklam według wieku



Reklamy o najwyższym zasięgu

Porównując reklamy o największym zasięgu z kategorii Konto osobiste, Kredyt i Lokata, można zauważyć kilka kluczowych różnic i podobieństw.

Reklamy dotyczące kont osobistych koncentrowały się na korzyściach finansowych, takich jak brak opłat i premie za polecenie, podczas gdy reklamy kredytowe skupiały się na odzyskiwaniu niesłusznie naliczonych opłat i analizie umów kredytowych. Reklamy lokat natomiast promowały atrakcyjne oprocentowanie i korzyści ekologiczne związane z naprawą sprzętu.

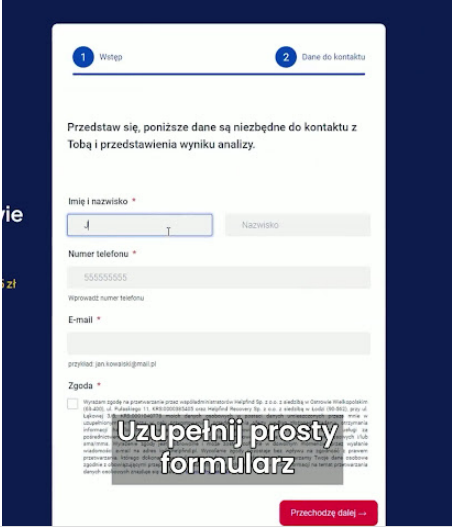
Multimedia w reklamach kont osobistych i lokat obejmowały zarówno grafiki, jak i wideo, podczas gdy reklamy kredytowe były wyłącznie w formie wideo. Wideo okazało się skuteczne w dotarciu do szerokiej grupy odbiorców w każdej kategorii.

Język reklam kont osobistych i lokat był bezpośredni i entuzjastyczny, z użyciem emotikonów i zachęt do działania, natomiast reklamy kredytowe posługiwały się bardziej formalnym językiem, koncentrując się na szczegółach oferty.

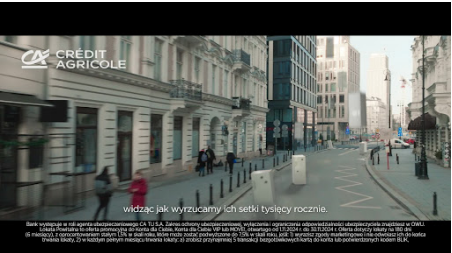
Reklamy wideo miały największy zasięg we wszystkich trzech kategoriach, co sugeruje, że dynamiczne treści multimedialne były kluczowe dla przyciągnięcia uwagi odbiorców.

Odbiorcy reklam w każdej kategorii byli zróżnicowani pod względem wieku, obejmując osoby od 18 do 65 lat, a reklamy były skierowane do obu płci, co wskazuje na szeroką grupę docelową zainteresowaną ofertami bankowymi.

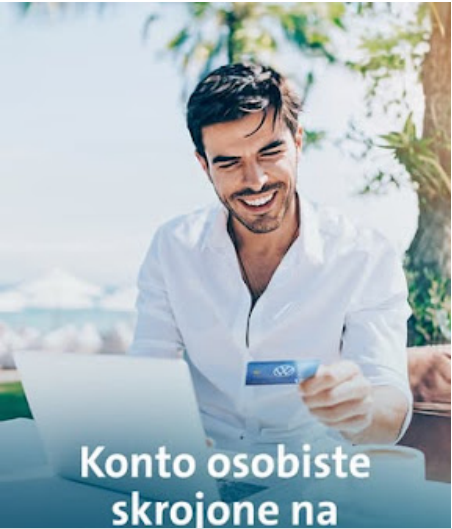
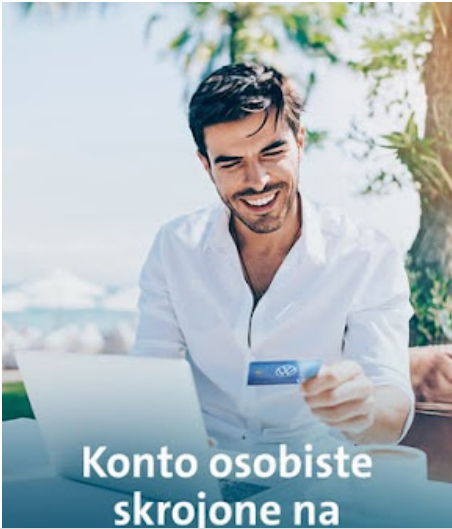
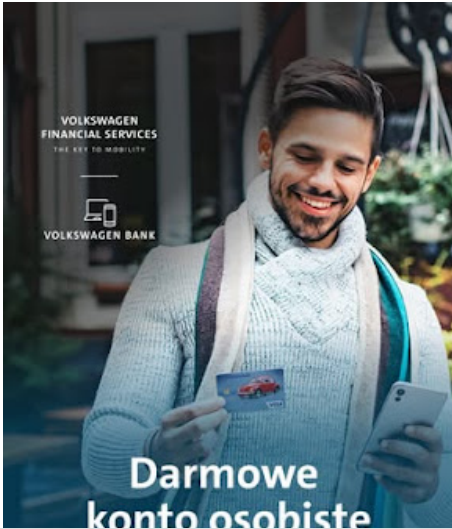
Reklamy o największym zasięgu: Kredyt

Strona	Helpfind Odszkodowania	Helpfind Odszkodowania	Helpfind Odszkodowania	Helpfind Odszkodowania	Helpfind Odszkodowania
Okres emisji	01.12.2024 -	01.12.2024 -	16.12.2024 - 01.02.2025	02.12.2024 - 26.02.2025	15.10.2024 - 04.11.2024
Platformy	Facebook, Instagram, Messenger	Facebook, Instagram, Messenger	Facebook, Instagram, Messenger	Facebook, Instagram, Messenger	Audience Network, Facebook, Instagram, Messenger
Media	Wideo	Wideo	Wideo	Wideo	Wideo
Płeć odbiorców	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie
Wiek odbiorców	20 - 55	20 - 55	20 - 55	20 - 55	25 - 55
Podgląd					
Treść	✔ Odzyskaj pieniądze niesłusznie naliczone przez bank. Kliknij i sprawdź szczegóły!	✔ Odzyskaj pieniądze niesłusznie naliczone przez bank. Kliknij i sprawdź szczegóły!	This content was removed because it didn't follow our Advertising Standards.		💰 Uzyskaj dodatkowe środki za błędne zapisy w Twojej umowie kredytowej – bezpłatna analiza! Sprawdź 📞📞📞
Link	https://www.facebook.com/ads/library/?id=1104457461120120	https://www.facebook.com/ads/library/?id=1295402378547644	https://www.facebook.com/ads/library/?id=592195849953875	https://www.facebook.com/ads/library/?id=925637275779655	https://www.facebook.com/ads/library/?id=422280417561359
Zasięg ▾	3 920 786	2 201 102	1 418 623	1 274 456	1 017 777

Reklamy o największym zasięgu: Lokata

Strona	Credit Agricole Bank Polska	Credit Agricole Bank Polska	Credit Agricole Bank Polska	Pirelli Polska	Credit Agricole Bank Polska
Okres emisji	06.11.2024 - 01.12.2024	15.10.2024 - 31.10.2024	06.11.2024 - 01.12.2024	15.10.2024 - 01.11.2024	17.10.2024 - 28.10.2024
Platformy	Facebook, Instagram	Facebook, Instagram, Messenger	Facebook, Instagram	Facebook	Facebook, Instagram, Messenger
Media	Wideo	Grafika	Wideo	Wideo	Grafika
Płeć odbiorców	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie
Wiek odbiorców	25 - 60	18 - 65	25 - 60	25 - 55	18 - 65
Podgląd					
Treść	Naprawiaj, nie wyrzucaj. Zyskaj nawet 7,5% na lokacie. Co roku wyrzucamy setki tysięcy sprzętów AGD/RTV. A lepiej naprawiać, niż wyrzucać. Dlatego otwórz konto i wybierz darmową usługę naprawy sprzętu domowego. Pobierz apkę CA24	Naprawiaj, nie wyrzucaj. Zyskaj nawet 7,5% na lokacie. Co roku wyrzucamy setki tysięcy sprzętów AGD/RTV. A lepiej naprawiać, niż wyrzucać. Dlatego otwórz konto i wybierz darmową usługę naprawy sprzętu domowego. Pobierz apkę CA24	Naprawiaj, nie wyrzucaj. Zyskaj nawet 7,5% na lokacie. Co roku wyrzucamy setki tysięcy sprzętów AGD/RTV. A lepiej naprawiać, niż wyrzucać. Dlatego otwórz konto i wybierz darmową usługę naprawy sprzętu domowego. Pobierz apkę CA24	Stawiamy na rozwój młodych talentów. Możliwość obserwowania sukcesów podczas startów na oponach Pirelli to wielka przyjemność, a każdy, nawet najmniejszy krok naszych zawodników jest dowodem ich zaangażowania i pasji do	Naprawiaj, nie wyrzucaj. Zyskaj nawet 7,5% na lokacie. Co roku wyrzucamy setki tysięcy sprzętów AGD/RTV. A lepiej naprawiać, niż wyrzucać. Dlatego otwórz konto i wybierz darmową usługę naprawy sprzętu domowego. Pobierz apkę CA24
Link	https://www.facebook.com/ads/library/?id=1054161576403294	https://www.facebook.com/ads/library/?id=1015616170251432	https://www.facebook.com/ads/library/?id=886532393615307	https://www.facebook.com/ads/library/?id=1960215191156766	https://www.facebook.com/ads/library/?id=911907164165835
Zasięg ▾	807 821	384 478	351 232	265 473	257 753

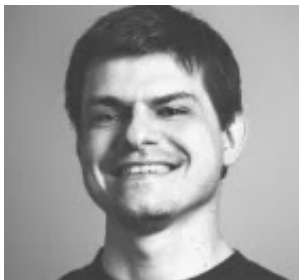
Reklamy o największym zasięgu: Konto osobiste

Strona	Volkswagen Financial Services Polska	Citi Handlowy	Łowca Bonusów	Volkswagen Financial Services Polska	Volkswagen Financial Services Polska
Okres emisji	01.10.2024 - 26.11.2024	23.12.2024 - 01.01.2025	21.11.2024 - 31.01.2025	01.10.2024 - 31.10.2024	26.11.2024 - 06.12.2024
Platformy	Facebook, Instagram	Audience Network, Facebook, Instagram	Facebook, Instagram, Messenger	Facebook, Instagram	Facebook, Instagram
Media	Grafika	Wideo	Grafika	Grafika	Grafika
Płeć odbiorców	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie	Wszystkie
Wiek odbiorców	18 - 65	18 - 65	18 - 49	18 - 65	18 - 65
Podgląd					
Treść	Załącz bezpłatne konto w Volkswagen Bank, także, zdalnie. Płać jak chcesz, gdziekolwiek jesteś!	Ekstra kasa czeka! 😄 Jak ją zgarnąć? Wystarczy, że podzielisz się CitiKontem z rodziną i znajomymi 😊 Za każde skuteczne polecenie dostaniesz od nas 100 zł - w sumie możesz zyskać aż 300 zł! 🙌 Szczegóły znajdziesz tutaj: 📄 CitiBank.pl/Konto	reklama 🚀🚀 Pokazuję, jak otrzymać premię 650 zł po otwarciu konta w Banku Millennium: https://lowcabonusow.pl/millennium-premia-650-zl-konto-promocja/	Załącz bezpłatne konto w Volkswagen Bank, także, zdalnie. Płać jak chcesz, gdziekolwiek jesteś!	Twoje finanse, Twoje warunki! Darmowe konto osobiste z Volkswagen Bank. Warunki oraz Tabela prowizji i opłat dostępne są na stronie banku.
Link	https://www.facebook.com/ads/library/?id=8304418219635339	https://www.facebook.com/ads/library/?id=1009807244520624	https://www.facebook.com/ads/library/?id=1302941794033618	https://www.facebook.com/ads/library/?id=1249440969427386	https://www.facebook.com/ads/library/?id=584435617277677
Zasięg ▾	104 527	72 207	57 306	34 462	31 772



Dziękujemy

Chętnie odpowiemy na pytania



Aleksander Winciorek

Insights Lead

✉. a.winciorek@sotrender.com

☎. +48 502 281 627



Magdalena Świątek

Sales & CS Team Leader

✉. m.swiatek@sotrender.com

☎. +48 694 119 327