

**ams**

DATA  
DRIVEN  
DIGITAL OOH

# #DataDrivenDOOH

**28 listopada 2023**

**Warszawa | Online**

**WSPÓŁCZESNA WIDOWNIA.**

**Liczby vs Praktyka.**

Partnerzy merytoryczni:

 **alterdata.io**



Partnerzy medialni:

**NowyMarketing**

**chillizet**

 **GAZETA.PL**

Partner honorowy:

**iab**.polska

Akredytacja:



Organizator:

**ams**

**ams**

DATA ●●●  
DRIVEN ●●  
DIGITAL **OOH**



**Przemek Dwojak**

Senior Client Business Partner w GfK

---

# Poznaj swoją widownię. Czy świat kończy się na G8?

**#DataDrivenDOOH**  
28 listopada 2023

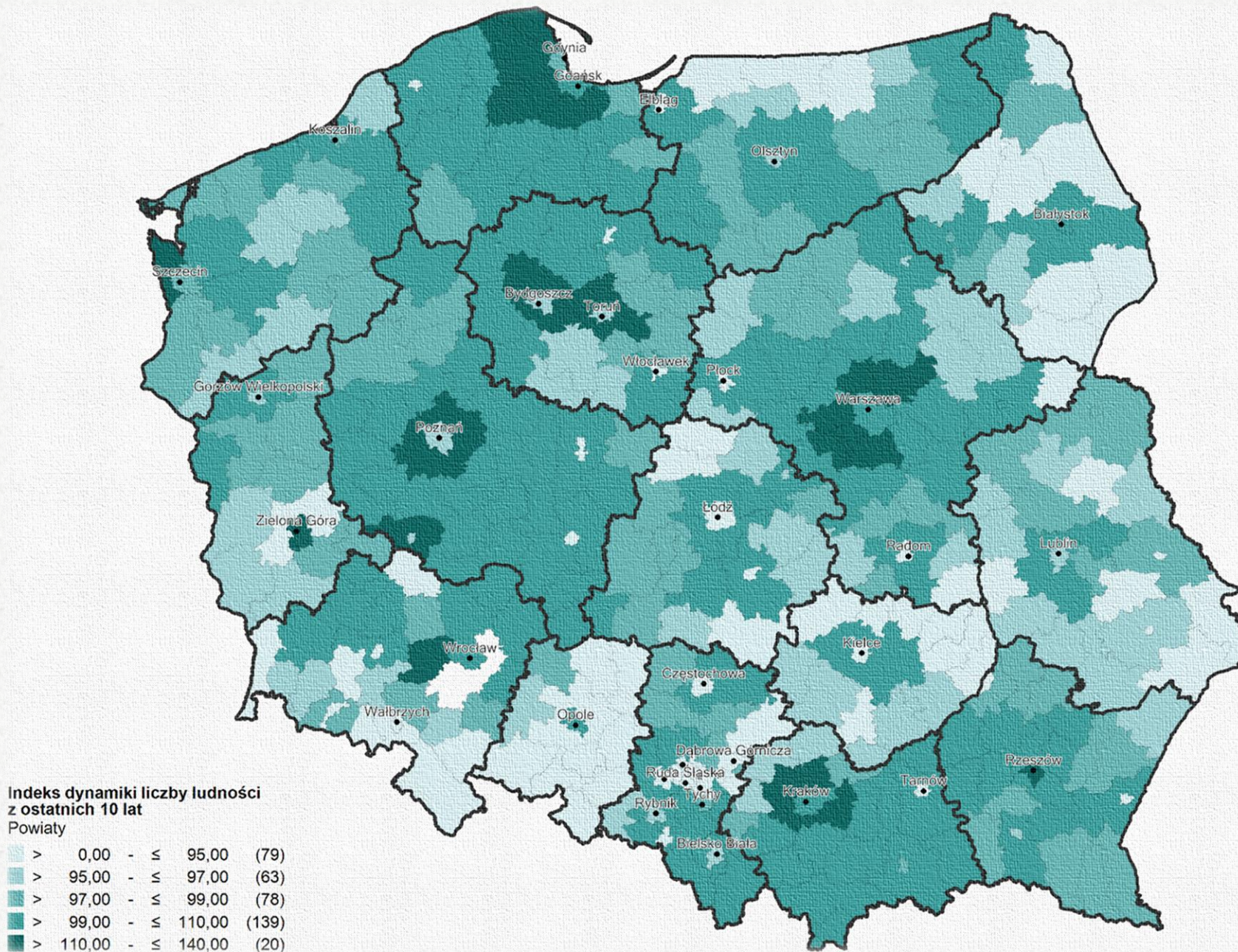
[przemyslaw.dwojak@gfk.com](mailto:przemyslaw.dwojak@gfk.com)



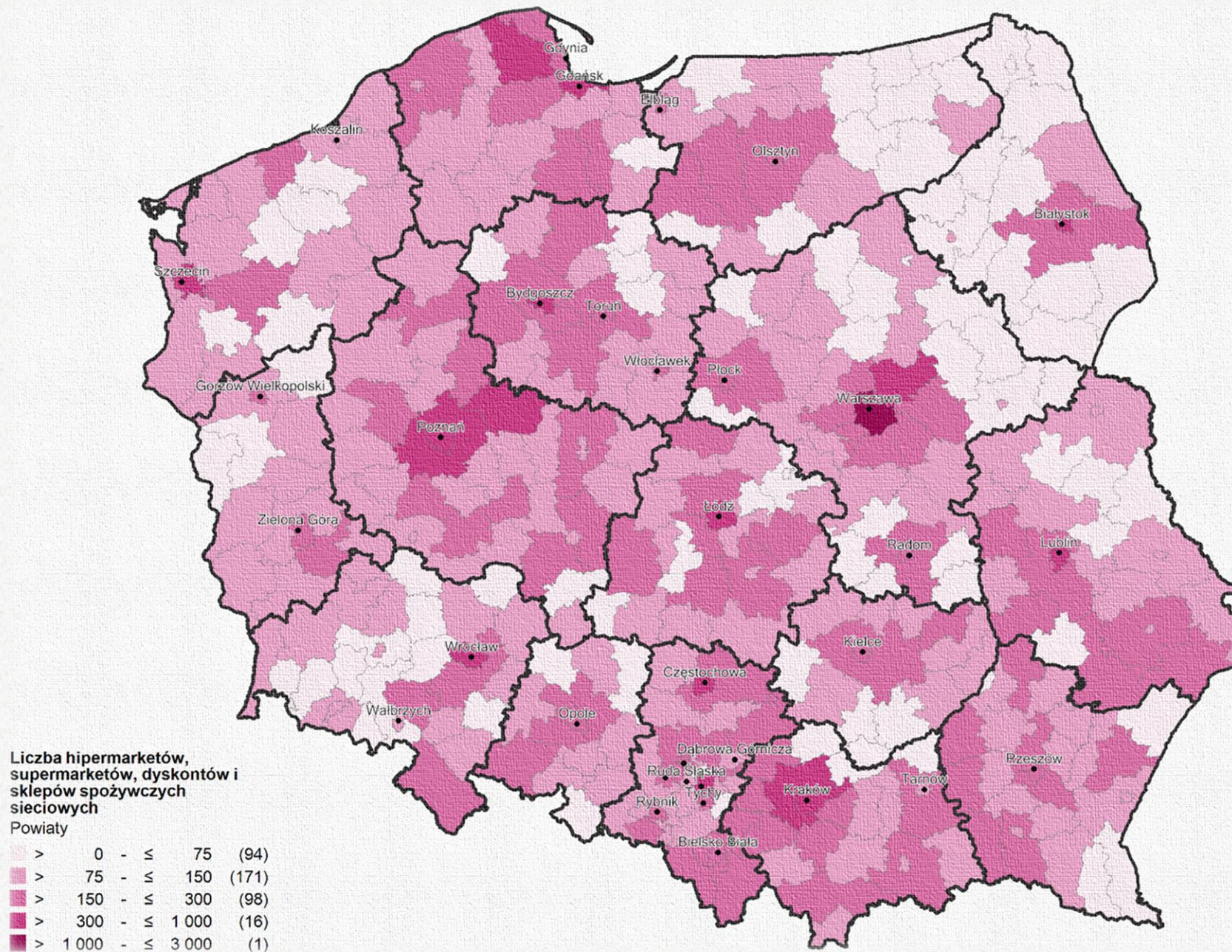


Jak historia handlu uczy nas, że podaż kreuje popyt?  
Jaki jest potencjał poza G8?







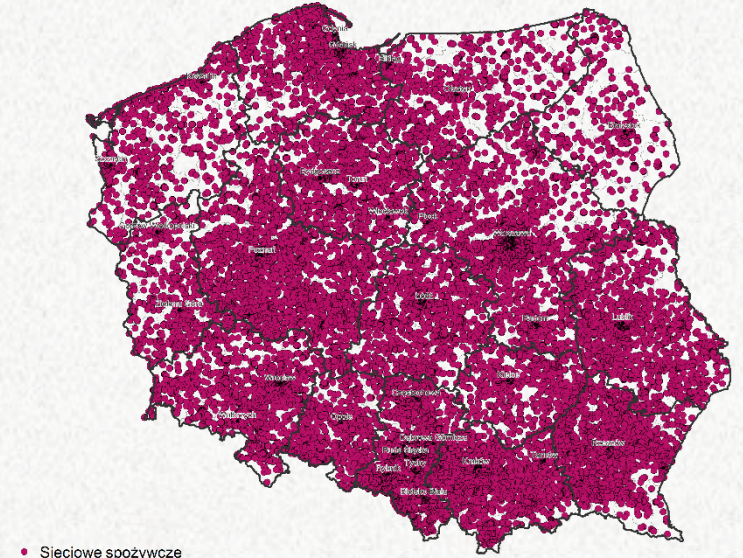
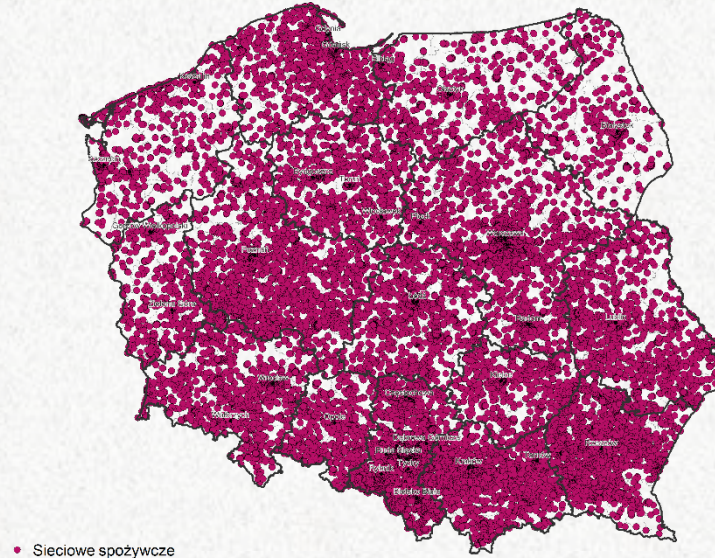
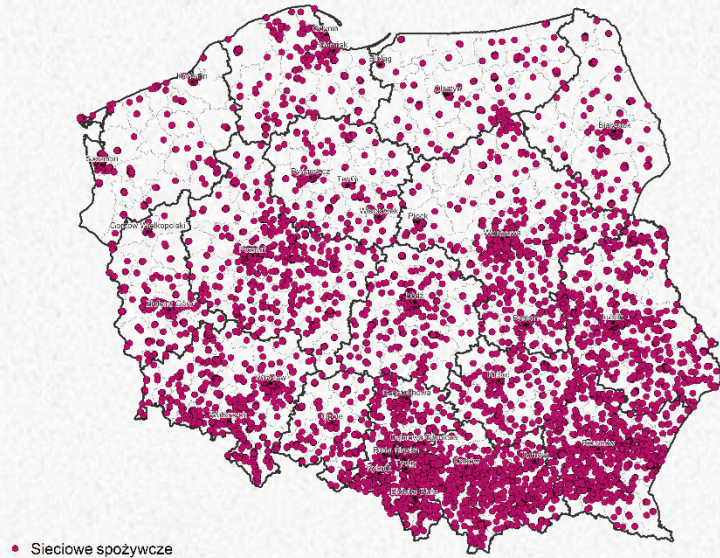
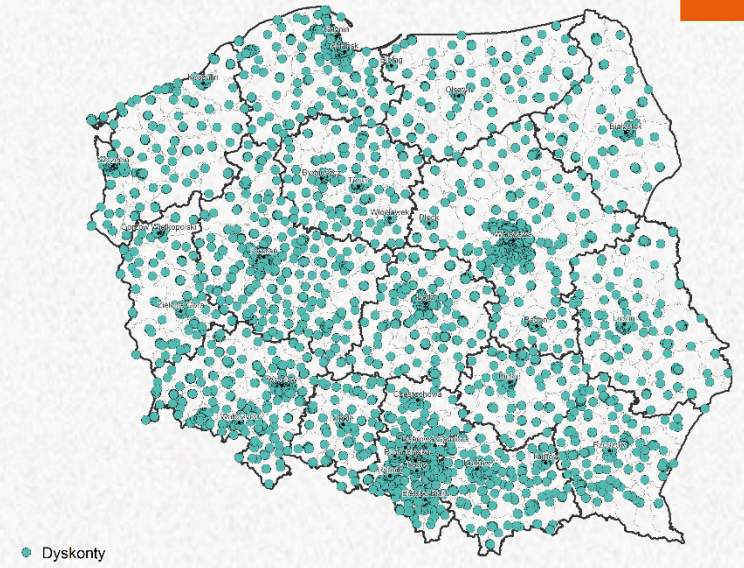
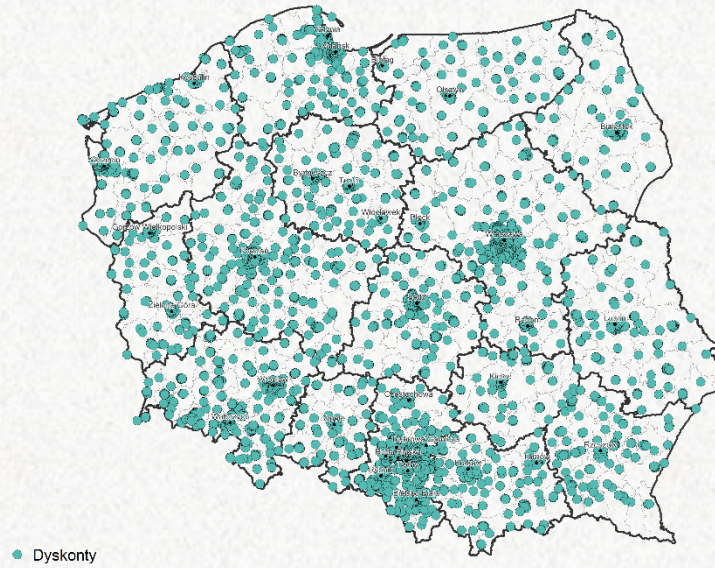
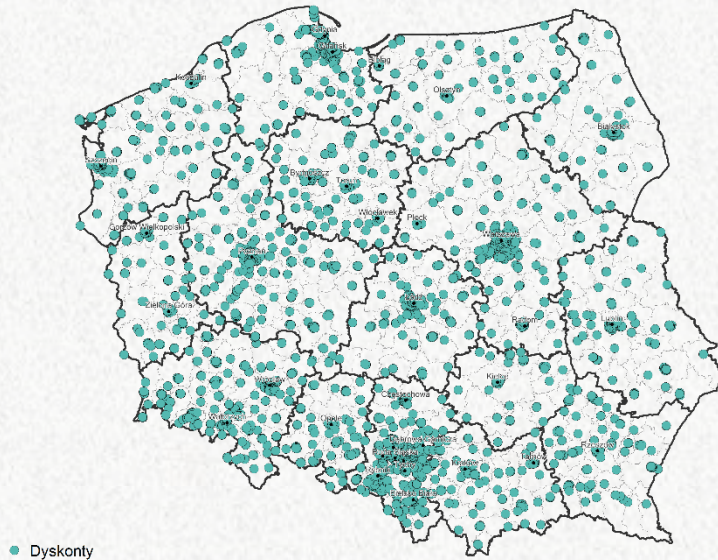




2013

2018

2023





# Miasta duże vs. średnie



Siła  
Mieszkańcy nabywczą  
GfK

---

|                  |       |       |
|------------------|-------|-------|
| <b>Miasta G8</b> | 14,6% | 20,3% |
| <b>100 - 400</b> | 9,8%  | 10,8% |



Popyt: G8 > 100-400  
Podaż: G8 = 100-400



Siła  
Mieszkańcy nabywcza  
GfK  
Hipermarkety Supermarkety Dyskonty

| Miasta G8 | 14,6% | 20,3% | 14,7% | 9,9%  | 17,2% |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 100 - 400 | 9,8%  | 10,8% | 14,0% | 10,3% | 12,3% |



# Podaż zależy od strategii



Siła  
Mieszkańcy nabywcza  
GfK

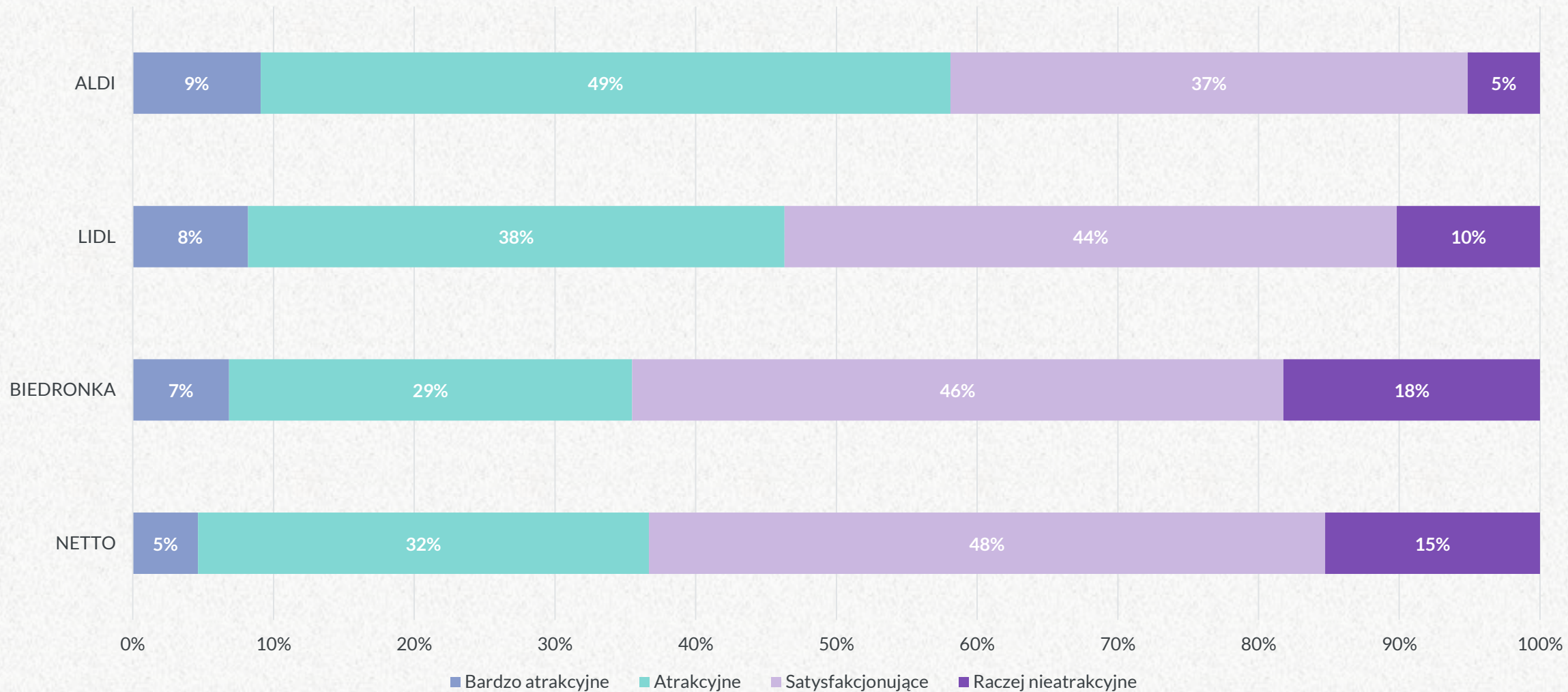
Hipermarkety Supermarkety Dyskonty



| Miasta G8 | 14,6% | 20,3% | 14,7% | 9,9%  | 17,2% | 1,1% | 1,8%  | 22,0% | 15,9% |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|-------|
| 100 - 400 | 9,8%  | 10,8% | 14,0% | 10,3% | 12,3% | 2,1% | 11,8% | 15,4% | 11,4% |



# Nie każdy sklep ma taki sam potencjał



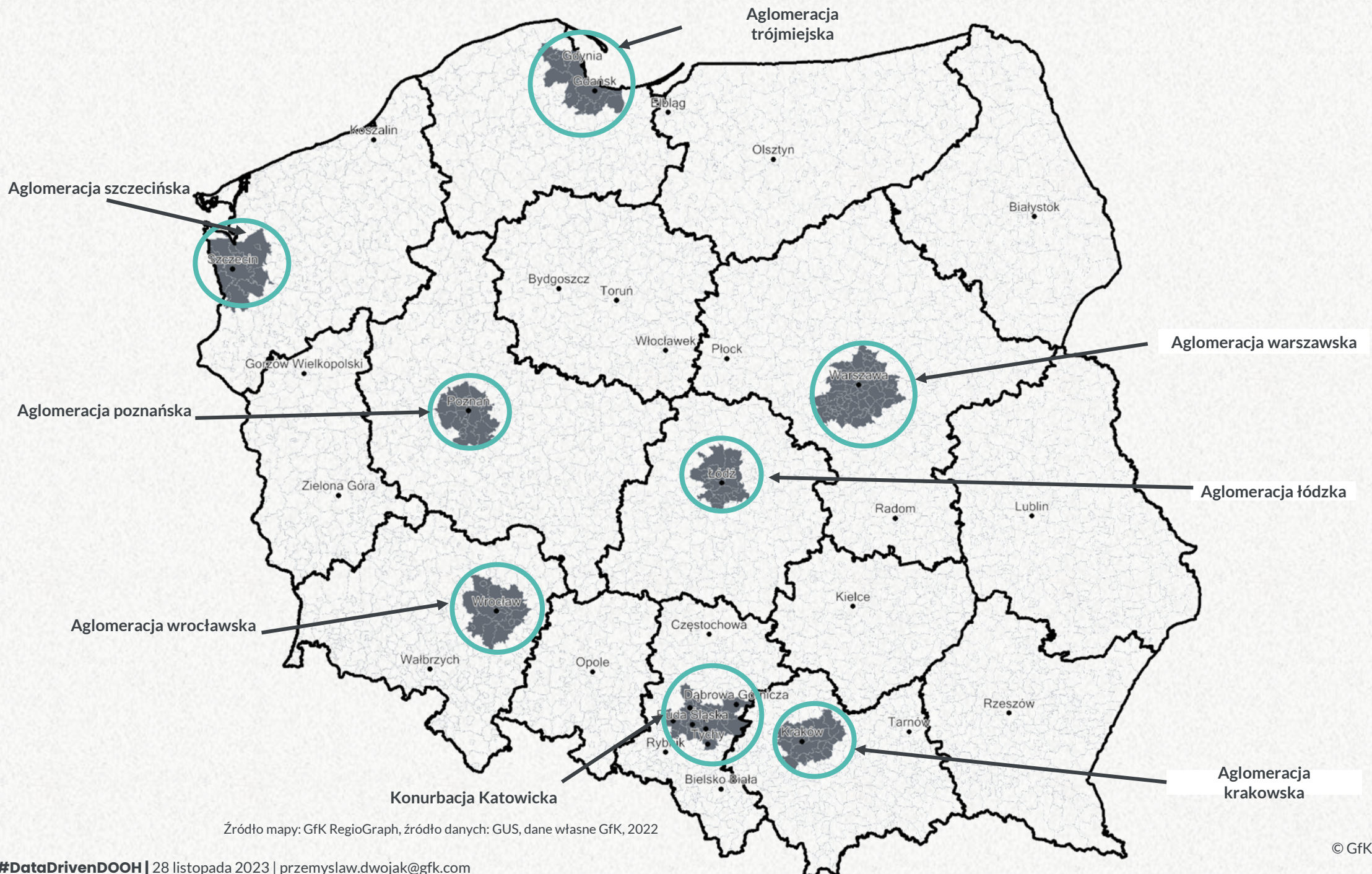


# Od dużych miast i małych formatów po małe miasta i średnie CH







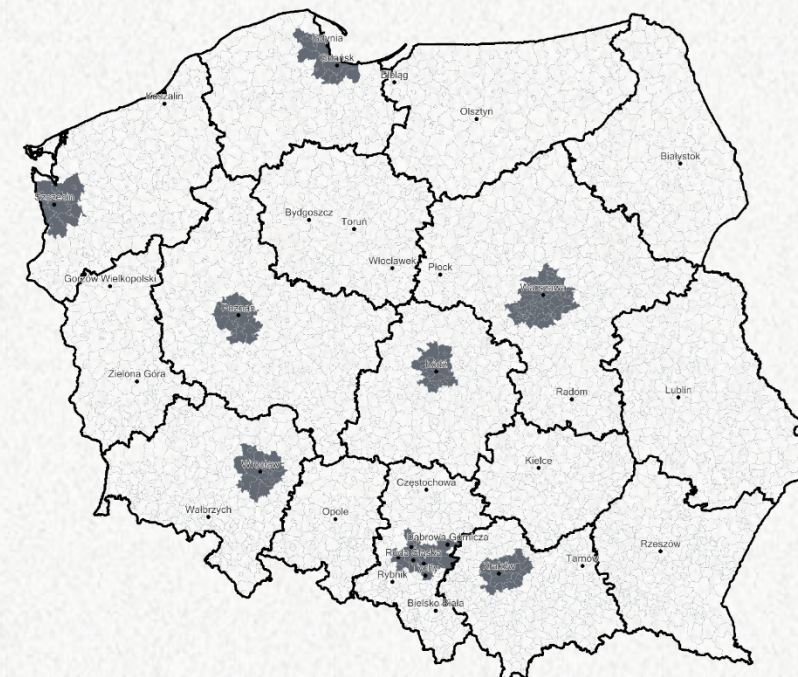


Źródło mapy: GfK RegioGraph, źródło danych: GUS, dane własne GfK, 2022



# Koncentracja potencjału

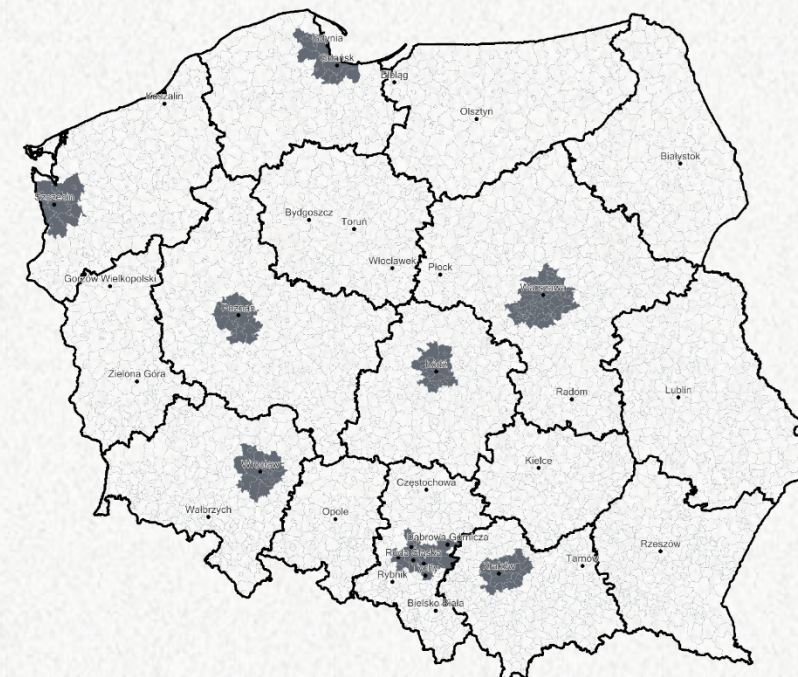
| Miejsce            | Mieszkańcy | Siła nabywcza<br>(mln PLN) | Liczba CH |
|--------------------|------------|----------------------------|-----------|
| G8 Aglomeracje (8) | 27,1%      | 33,7%                      | 252       |
|                    |            |                            |           |
| Total Polska       | 38 080 411 | 1 710 772                  | 644       |





# Koncentracja potencjału

| Miejsce            | Mieszkańcy | Siła nabywcza<br>(mln PLN) | Liczba CH |
|--------------------|------------|----------------------------|-----------|
| G8 Aglomeracje (8) | 27,1%      | 33,7%                      | 252       |
| 200-400 (7)        | 4,6%       | 5,1%                       | 61        |
| 100-200 (15)       | 4,9%       | 5,7%                       | 78        |
| <100 (163)         | 24,1%      | 25,4%                      | 253       |
| Total Polska       | 38 080 411 | 1 710 772                  | 644       |











# Profil klienta zależy m.in. od formatu CH



1

Duże centra handlowe  
częstotliwość odwiedzin **spada wraz**  
z **wiek**iem, natomiast **rośnie** z wraz  
ze **wzrostem wielkości miejsca**  
zamieszkania i **dochodu**

3

Parki handlowe  
są **najmniej zróżnicowane** pod  
względem częstotliwości wizyt w  
poszczególnych grupach wieku,  
wielkości miejscowości  
zamieszkania i **dochodu**

2

Małe centra handlowe  
częstotliwość odwiedzin **nie zależy**  
od wieku i **wielkości miejscowości**  
zamieszkania, ale **rośnie** wraz z  
**dochodem**



# Za co Polacy cenią sobie zakupy stacjonarne i internetowe?



## Zakupy internetowe

O **dowolnej porze** i w dowolnym **miejscu**



Można w łatwiejszy sposób **porównać ofertę**



**Wygodniejszy sposób** robienia zakupów niż w sklepie stacjonarnym



Można zapoznać się z **opiniami wielu użytkowników**



## Zakupy stacjonarne

Można **przymierzyć** odzież i obuwie i kupić coś, czego **nie trzeba zwracać**



**Wiadomo co się kupuje**, nie trzeba podejmować decyzji o zakupie na podstawie zdjęcia



Widać jaka jest **rzeczywista kolorystyka** odzieży i obuwia i czy ona rzeczywiście **do mnie pasuje**



Produkt można najczęściej **użytkować od razu**, bez konieczności czekania na dostawę



# Rola CH ewoluuje i wykracza poza funkcje handlowe



<https://pl.pinterest.com/pin/242912973629395274/>



<https://www.denia.net/medieval-market>



<https://www.theguardian.com/society/2012/apr/28/high-streets>



<https://www.dreamstime.com/stock-illustration-people-eating-food-court-vector-illustration-shopping-mall-image70452223>





# ZARZĄD DRÓG MIEJSKICH - WYNIKI POMIARÓW SYSTEMU AUTOMATYCZNYCH POMIARÓW RUCHU APR ZDM - 2022 ROK

| Nr    | Ulica                      | Kordon/ekran | Dzielnica      | Data pomiaru | Pojazdy/24h |
|-------|----------------------------|--------------|----------------|--------------|-------------|
| 5 370 | Al. Jerozolimskie          | KŚ           | Ochota         | 25.10.2022   | 94 250      |
| 5 310 | Czerniakowska              | KŚ           | Śródmieście    | 25.10.2022   | 75 224      |
| 5 359 | Wał Miedzeszyński          | KŚ           | Praga-Południe | 25.10.2022   | 72 520      |
| 5 307 | al. Stanów Zjednoczonych   | KŚ           | Praga-Południe | 25.10.2022   | 69 252      |
| 5 316 | al. Niepodległości         | KŚ           | Ochota         | 25.10.2022   | 50 766      |
| 5 301 | Jagiellońska               | KŚ           | Praga-Północ   | 25.10.2022   | 48 509      |
| 5 317 | Żwirki i Wigury            | KŚ           | Ochota         | 25.10.2022   | 47 632      |
| 5 368 | Wawelska                   | KŚ           | Ochota         | 25.10.2022   | 47 461      |
| 5 315 | L. Waryńskiego             | KŚ           | Śródmieście    | 25.10.2022   | 42 466      |
| 5 379 | al. Jana Pawła II          | KŚ           | Żoliborz       | 25.10.2022   | 40 731      |
| 5 354 | al. „Solidarności”         | KŚ           | Praga-Północ   | 15.11.2022   | 38 389      |
| 5 327 | Okopowa                    | KŚ           | Wola           | 7.06.2022    | 33 490      |
| 5 328 | Powązkowska                | KŚ           | Żoliborz       | 25.10.2022   | 33 352      |
| 5 325 | Wolska                     | KŚ           | Wola           | 25.10.2022   | 32 382      |
| 5 373 | Prosta                     | KŚ           | Wola           | 25.10.2022   | 31 461      |
| 5 369 | Grójecka                   | KŚ           | Ochota         | 17.05.2022   | 29 801      |
| 5 302 | Odrobąży                   | KŚ           | Targówek       | 25.10.2022   | 28 564      |
| 5 303 | Św. Wincentego             | KŚ           | Targówek       | 25.10.2022   | 26 297      |
| 5 326 | Leszno                     | KŚ           | Wola           | 25.10.2022   | 25 625      |
| 5 305 | Grochowska                 | KŚ           | Praga-Południe | 25.10.2022   | 24 944      |
| 5 306 | al. J. Waszyngtona         | KŚ           | Praga-Południe | 17.05.2022   | 23 032      |
| 5 311 | Al. Ujazdowskie            | KŚ           | Śródmieście    | 25.10.2022   | 17 928      |
| 5 330 | A. Mickiewicza             | KŚ           | Żoliborz       | 25.10.2022   | 15 666      |
| 5 312 | Radzywińska                | KŚ           | Praga-Północ   | 25.10.2022   | 11 522      |
| 5 358 | gen. T. Bora-Komorowskiego | KŚ           | Praga-Południe | 25.10.2022   | 11 361      |
| 5 371 | Kolejowa                   | KŚ           | Wola           | 7.06.2022    | 8 921       |

# ZARZĄD DRÓG MIEJSKICH - WYNIKI POMIARÓW SYSTEMU AUTOMATYCZNYCH POMIARÓW RUCHU APR ZDM - 2022 ROK

| Nr    | Średni                     | Kod | Dzielnica      | Data pomiaru | Pojazdy/24h |
|-------|----------------------------|-----|----------------|--------------|-------------|
| 5 370 | Średni                     | Kod | Dzielnica      | 25.10.2022   | 94 250      |
| 5 310 | Średni                     | Kod | Dzielnica      | 25.10.2022   | 75 224      |
| 5 359 | Średni                     | Kod | Dzielnica      | 25.10.2022   | 72 520      |
| 5 307 | Średni                     | Kod | Dzielnica      | 25.10.2022   | 69 252      |
| 5 316 | Średni                     | Kod | Dzielnica      | 25.10.2022   | 50 766      |
| 5 301 | Jagiellońska               | KS  | Praga Północ   | 25.10.2022   | 48 509      |
| 5 317 | Zwirki i Wigury            | KS  | Ochota         | 25.10.2022   | 47 632      |
| 5 368 | Średni                     | KS  | Ochota         | 25.10.2022   | 47 461      |
| 5 315 | Średni                     | KS  | Ochota         | 25.10.2022   | 42 466      |
| 5 379 | al. Jana Pawła II          | KS  | Żoliborz       | 25.10.2022   | 40 731      |
| 5 354 | al. „Solidarność”          | KS  | Praga Północ   | 15.11.2022   | 38 389      |
| 5 327 | Okopowa                    | KS  | Wola           | 7.06.2022    | 33 490      |
| 5 328 | Powązkowska                | KS  | Żoliborz       | 25.10.2022   | 33 352      |
| 5 325 | Średni                     | KS  | Wola           | 25.10.2022   | 31 461      |
| 5 373 | Prosta                     | KS  | Wola           | 25.10.2022   | 29 801      |
| 5 369 | Średni                     | KS  | Ochota         | 17.05.2022   | 29 500      |
| 5 302 | Łódzka                     | KS  | Targówek       | 25.10.2022   | 28 500      |
| 5 303 | Św. Wincentego             | KS  | Targówek       | 25.10.2022   | 28 500      |
| 5 326 | Leszno                     | KS  | Wola           | 25.10.2022   | 25 625      |
| 5 305 | Średni                     | KS  | Praga Południe | 25.10.2022   | 25 625      |
| 5 306 | al. J. Waszyngtona         | KS  | Praga Południe | 17.05.2022   | 23 032      |
| 5 311 | Al. Ujazdowskie            | KS  | Śródmieście    | 25.10.2022   | 17 928      |
| 5 330 | A. Mickiewicza             | KS  | Żoliborz       | 25.10.2022   | 15 666      |
| 5 312 | Radzymińska                | KS  | Praga Północ   | 25.10.2022   | 11 522      |
| 5 358 | gen. T. Bora Komorowskiego | KS  | Praga Południe | 25.10.2022   | 11 361      |
| 5 371 | Kołajowa                   | KS  | Wola           | 7.06.2022    | 8 921       |

**Średni**  
**Samochodów na drogach**  
**krajowych i wojewódzkich**

**13 574 pojazdów/dobę**

**Dzienna widownia 30%**  
**(moje założenie)**

**~4 000**



**Dzienna frekwencja**

**Duże CH**

**Średnie CH**



- ❑ Ekspansja w dużych miastach, a potem szukanie klientów w małych = standard
- ❑ > 600 dużych CH. Każde to mikroświat. Razem sprzedają 3x > e-commerce
- ❑ Rozproszenie widowni, i jednocześnie CH to agregator widowni. Średniej wielości CH w średnim mieście to traffic > niż na ulicy
- ❑ Grupa docelowa
  - ❑ konsument skoncentrowany na celu jakim są zakupy
  - ❑ „wiedz” rozglądający się w poszukiwaniu okazji

---

# Dziękuję

[przemyslaw.dwojak@gfk.com](mailto:przemyslaw.dwojak@gfk.com)

[gfk.com](https://www.gfk.com)