INTERNET

Portal Gazeta.pl

Zespół **Gazeta.pl** w 2020 r. kontynuował realizację działań skoncentrowanych na rozwoju oferty dla internautów, zwłaszcza z obszaru sportu i motoryzacji, a także dla klientów reklamowych. Podążając za najnowszymi rynkowymi trendami, Gazeta.pl poszerzyła w drugim kwartale 2020 r. swoją ofertę wideo o nowe interaktywne formaty w ramach rozwoju funkcji playera, np.: virtual showroom, modny wybór czy Click2Shop. Dzięki nim użytkownicy mogą m.in. sprawdzić wybrany zestaw ubrań bez wychodzenia z domu, obejrzeć nowy model samochodu bez wizyty w salonie czy odwiedzić miejsce wakacyjnego wypoczynku zanim podejmą ostateczną decyzję o kierunku podróży.

Internauci mogli znaleźć na Gazeta.pl także nowe i specjalne treści poświęcone tematom ważnym społecznie, a także informacje i specjalne publikacje poświęcone sytuacji związanej z koronawirusem. O tych projektach można przeczytać w części ***Zaangażowanie społeczne*** i ***Troska o środowisko*** niniejszego Raportu.

Spółki internetowe Grupy Agora

Spółki internetowe działające w ramach segmentu Internet w 2020 r. rozwijały swoje dotychczasowe działania. Zespół firmy **Yieldbird**, spółki z Grupy Agora specjalizującej się w optymalizacji zasobów reklamowych, pracował nad stworzeniem rozwiązania, które pomoże właścicielom serwisów internetowych w poprawie efektywności zarządzania posiadaną przez nich powierzchnią relamową. W efekcie powstał produkt Price Genius, z sukcesem oferowany klientom od maja, a do portfolio klientów firmy Yieldbird dołączyły kolejne zagraniczne oraz polskie firmy. W ramach działalności internetowej Agory w 2020 r. istotnym projektem była również współpraca Yieldbirda i Gazeta.pl wraz z Adformem, Grupą Żywiec, i Starcomem, która przecierała szlaki w tworzeniu rozwiązania kluczowego obecnie problemu w cyfrowym marketingu – zmian w przeglądarkach polegających na eliminacji ciasteczek 3rd party. Partnerzy przeprowadzili w październiku 2020 r. pierwszą w Polsce i jedną z pierwszych w Europie skuteczną kampanię wykorzystującą do targetowania wyłącznie identyfikatory 1st party. Dzięki temu nowatorskiemu rozwiązaniu można docierać z komunikacją reklamową w przeglądarkach, które blokują zewnętrzne identyfikatory.



Spółka **HRlink** natomiast w 2020 r. przejęła **Goldenline**, tworząc wyjątkowe, kompleksowe narzędzie wspierające firmy w poszukiwaniu kandydatów, ich rekrutacji i selekcji oraz onboardingu. Integracja obu platform, sfinalizowana w styczniu 2021 r., pozwoliła na stworzenie komplementarnego rozwiązania i zaoferowanie klientom wsparcia na każdym etapie procesu rekrutacyjnego – od pozyskania aplikacji kandydatów, poprzez selekcję najlepszych zgłoszeń do wdrożenia nowych pracowników do pracy w organizacji. W związku z pandemią COVID-19 i spowolnieniem gospodarczym Agora dokonała przeglądu i optymalizacji swojego portfela przedsięwzięć internetowych. Spółka zdecydowała się zrezygnować z tych projektów, którym nowa sytuacja zabrała perspektywy wzrostu, i skoncentrować się na najważniejszych aktywach. W efekcie nastąpiły restrukturyzacja i sprzedaż części przedsiębiorstwa Plan D Sp. z o.o.