

RANKING INFLUENCERÓW I PORTALI FINANSOWYCH W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

EDYCJA
2021





RANKING INFLUENCERÓW I PORTALI FINANSOWYCH W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

ANALIZA POLSKIEGO RYNKU KAPITAŁOWEGO W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Media społecznościowe to dzisiaj jedno z ważniejszych źródeł informacji o spółkach giełdowych.

To, co jeszcze kilka lat temu wydawało się co najmniej dziwne, a przynajmniej nieprzystające do rzeczywistości giełdowej, dzisiaj okazuje się świetnym rozwiązaniem, szybkim i responsywnym kanałem komunikacji oraz bardzo cennym źródłem informacji o spółkach oraz dostępem do opinii i komentarzy ich prezesów i zarządzających.

Już po raz drugi przygotowaliśmy analizę polskiego rynku kapitałowego w mediach społecznościowych. Co się zmieniło od poprzedniej edycji? Bardzo dużo. Czas pandemii jeszcze mocniej wyeksponował rolę mediów społecznościowych, co biznes, w tym również spółki giełdowe potrafiły bardzo szybko wykorzystać. Izolacja, ograniczenia w kontaktach międzyludzkich, spotkaniach biznesowych, konferencjach musiały zostać czymś zastąpione. A że życie nie lubi próżni, to kanały LinkedIn, Twitter, a przede wszystkim YouTube stały się ich oknem na świat.

Nasza analiza objęła również influencerów, dziennikarzy i ekspertów finansowych, którzy są aktywni poprzez własne media – jak blogi, portale finansowe, czy kanały na YT. Tu również można zauważyć, że pandemia ożywiła polski rynek kapitałowy, a tym samym spowodowała dużo większe zainteresowanie treściami, publikowanymi przez ekspertów. I choć wydawać by się mogło, że takie media, jak blogi, to już przeżytek, to jednak dostarczanie systematycznie wartościowego contentu sprawia, że wciąż zyskują na sile i popularności.

Nasuwa się tu jeszcze jeden wniosek, niekoniecznie spowodowany pandemią. Otóż rośnie zainteresowanie edukacją finansową w społeczeństwie, rośnie zainteresowanie tematami inwestycyjnymi oraz rynkiem kapitałowym. Do niedawna tego typu treści dedykowane były bardzo hermetycznemu gronu odbiorców – dzisiaj cieszą się zainteresowaniem wśród coraz szerszego grona. I choć wciąż badania wskazują, że niski jest poziom wiedzy finansowej Polaków, to jednak kilkudziesięciotysięczne grupy obserwujących na analizowanych przez nas profilach społecznościowych wskazują, że rośnie zainteresowanie tematami finansowymi, związanymi z giełdą, oszczędzaniem i inwestowaniem. Tym samym pandemia nie tylko ożywiła rynek kapitałowy, ale też przetestowała treści publikowane w Internecie i ich walor edukacyjny.

Zestawienie przygotowane przez Martis CONSULTING obejmuje ranking popularności profili na LinkedIn, YouTube i Twitterze. Pominięty został Facebook, który naszym zdaniem, nie należy do kluczowych mediów społecznościowych jeśli chodzi o komunikację finansową.

ZESTAWIENIE - INFLUENCERZY/DZIENNIKARZE/EKSPERCI FINANSOWI

I. SUBRANKING – STRONY INTERNETOWE

Ponad połowa influencerów z naszego zestawienia nie prowadzi strony internetowej, a tylko 16 z nich może się pochwalić ponad tysiącem odwiedzających w ciągu miesiąca. Niekwestionowanym liderem jest Paweł Bińkowski, twórca strony Bitcoin.pl. Ogromna popularność portalu jest na pewno skutkiem zwiększającej się wartości rynku kryptowalut. Niemniej w czasach, gdy inne formy komunikacji takie, jak: YouTube, Twitter czy LinkedIn są mocno rozwinięte, wynik po-

wyżej 200 tys. odwiedzających w ciągu miesiąca to duże osiągnięcie. Na drugim miejscu znalazł się zwycięzca całego rankingu – Michał Szafranski. Twórca bloga, kanału i podcastu „Jak Oszczędzać Pieniądze” oraz autor książki „Finansowy Ninja” może pochwalić się niemal 50 tys. wyświetleń strony w ciągu miesiąca. Podium uzupełnia nieco tajemniczy Blog Prezesa. Jest to strona z analizami, komentarzami oraz wskazówkami inwestycyjnymi.

Tabela 1. Wyświetlenia stron - ranking

L.p.	Imię i Nazwisko	Nazwa	LICZBA WYŚWIETLEŃ (W TYS.)*
1.	Paweł Binkowski	Bitcoin.pl / Krypto Raport	226,9
2.	Michał Szafranski	Jak Oszczędzać Pieniądze	48,6
3.	Blog Prezesa	Blog Prezesa	31,0
4.	Marcin Iwuć	Marcin Iwuć – Finanse Bardzo	23,6
5.	Maciej Samcik	Subiektywnie o finansach	21,0
6.	Cezary Głuch	Independenttrader, Trader 21	15,3
7.	Tomasz Jaroszek	Doradca.tv	7,0
8.	Szymon Ziemia	Rekin Finansów	5,2
9.	Artur Wiśniewski	Stockbroker.pl (Okiem Maklera)	4,5
10.	Wojciech Białek	K(now) future	3,6
11.	Alicja Defratyka	Ciekaweliczby.pl	2,7
12.	Paweł Cymcyk	DNA Rynków	2,5
13.	Dariusz Grupa	Z pamiętnika analityka	2,4
14.	Michał Stopka	Inwestor Profesjonalny	2,2
15.	Zbigniew Papiński	App Funds	2,1
16.	Albert Rokicki	Longterm.pl	2,0
17.	Filip Rudnicki	Fundamentalna.net	0,6
18.	Rafał Zaorski	Tradingjam.pl	0,5
19.	Remigiusz Iwan	Rynek Obligacji	0,5
20.	Paweł Malik	Gazeta Gieldowa / Portal Analiz	0,4

*Liczba wyświetleń w październiku 2021 r.

2. SUBRANKING – YOUTUBE



W kategorii influencerzy finansowi na portalu YouTube braliśmy pod uwagę subskrybentów. Jest to liczba osób, która po zapoznaniu się z treściami pojawiającymi się na kanale, uważa je za interesujące i wyraża chęć regularnego obserwowania działalności autora. To sprawia, że jest to najbardziej adekwatny czynnik. Spośród wszystkich influencerów z naszego zestawienia tylko 19 prowadzi kanały na portalu YouTube. Zdecydowanym liderem w tym aspekcie jest Maciej Wieczorek, który na swoim kanale publikuje dwie formy tematyczne: Expert W Bentleyu oraz Biznes 2.0. Niemniej nie miał szans na zwycięstwo w ogólnym rankingu, ponieważ nie prowadzi innych form mediów społecznościowych, takich jak Twitter czy LinkedIn. W jego przypadku skupienie się na jednym profilu dało efekty, ponieważ drugiego w zestawieniu Marcina Iwucia dystansuje ponad dwukrotnie. Liczba osób, które subskrybują jego YouTube'owy kanał to ok. 300 tys. Drugie miejsce zajmuje wspomniany już wcześniej – Marcin Iwuć, który jest bardzo wszech-

stronnym influencerem. Pojawia się we wszystkich naszych rankingach. Ponadto, napisał dwie książki o finansach: „Finansowa Forteca” i „Jak zadbać o własne finanse”, jest również autorem strony i podcastu „Finanse Bardzo Osobiste”. W porównaniu do poprzedniego roku liczba subskrybentów na jego kanale wzrosła ponad dwukrotnie. Podium uzupełnia Cezary Głuch, w środowisku finansowym znany bliżej jako Independent trader lub Trader 21. Poza obecnością we wszystkich trzech kategoriach, jest również autorem czterotomowej serii „Inteligentny Inwestor XXI wieku”.

Pierwsza trójka naszego zestawienia to jedyni influencerzy, którzy przekroczyli liczbę 100 tys. subskrybentów na YouTube. Poza „dziesiątką” znalazły się kanały z liczbą subskrybentów poniżej 25 tysięcy. W całym zestawieniu YouTube'a spektakularne wzrosty w ostatnim roku zanotowali: Paweł Cymczyk oraz Jacek Lempart. Ich liczby wzrosły ponad trzykrotnie w stosunku do roku 2020. Jednak nie wystarczyło to do znalezienia się w pierwszej dziesiątce.

Tabela 2: YouTube - ranking

L.p.	Imię i Nazwisko	Nazwa	SUBSKRYBENCI NA YOUTUBE (W TYS.)*
1.	Maciej Wieczorek	Biznes 2.0 / Expert w Bentleyu	298,0
2.	Marcin Iwuć	Marcin Iwuć – Finanse Bardzo Osobiste	141,0
3.	Cezary Głuch	Independenttrader, Trader 21	109,0
4.	Michał Szafrąński	Jak Oszczędzać Pieniądze	82,4
5.	Cezary Graf	Cezary Graf Office	66,9
6.	Paweł Binkowski	Bitcoin.pl / Krypto Raport	55,0
7.	Tomasz Jaroszek	Doradca.tv	45,3
8.	Rafał Zaorski	Tradingjam.pl	39,9
9.	Blog Prezesa	Blog Prezesa	28,3
10.	Jan Fijor	Milion Plus	21,2
11.	Paweł Cymczyk	DNA Rynków	10,0
12.	Albert Rokicki	Longterm.pl	9,2
13.	Maciej Samcik	Subiektywnie o finansach	5,6
14.	Jacek Lempart	System Trader	4,7
15.	Radosław Chodkowski	Humanista na Gieldzie	4,7
16.	Artur Wiśniewski	Stockbroker.pl (Okiem Maklera)	2,2

L.p.	Imię i Nazwisko	Nazwa	SUBSKRYBENCI NA YOUTUBE (W TYS.)*
17.	Robert Smug	Profit Investing	1,6
18.	Szymon Ziemba	Rekin Finansów	1,4
19.	Paweł Malik	Gazeta Giełdowa / Portal Analiz	0,9

*Stan na 15.11.2021 r.

3. SUBRANKING – TWITTER



Publikowanie postów oraz komentarzy na Twitterze jest najpopularniejszą formą komunikacji wśród influencerów z naszego rankingu. Tylko czterech z nich nie prowadzi takiej działalności. Przyczyną takiego stanu rzeczy jest najprawdopodobniej forma komunikacji na Twitterze. Ograniczenie liczby znaków do 280 sprawia, że przygotowanie posta zajmuje mniej czasu i łatwiej zdecydować się na rozpoczęcie tego typu aktywności.

Ponadto, w tej kategorii odnotowaliśmy najmniejsze różnice na czołowych miejscach. O zwycięstwie zdecydowało zaledwie kilkaset obserwujących, co w przypadku ok 30 tys. wymaganej do zajęcia miejsca na podium, jest niewielką liczbą. Niecały tysiąc obserwujących dzieli zwycięzcę od trzeciego miejsca. Liderem zestawienia

jest Krzysztofa Berenda – dziennikarz ekonomiczny od kilkunastu lat pracujący w stacji RMF 24. Obserwuje go ponad 31 tys. użytkowników. Co ciekawe, w naszym zestawieniu w zeszłym roku również zajął pierwsze miejsce. Około dwa tysiące obserwujących mniej posiada Cezary Graf - twórca kanału Cezary Graf Office, na którym prowadzi webinary o inwestowaniu i zarządzaniu majątkiem. Na trzecim miejscu uplasował się Rafał Zaorski, który zanotował spektakularny wzrost w porównaniu z zeszłoroczną edycją. W 2020 roku miał tylko ok. tysiąca obserwujących, a dziś prawie 30 tys. Jest on znany m.in. z tego, że jego challenge można na żywo obserwować w Internecie. Rafał Zaorski gra przeważnie na parach walutowych oraz indeksie DAX.

Tabela 3: Twitter - ranking

L.p.	Imię i Nazwisko	Nazwa	OBSERWUJĄCY NA TWITTERZE (W TYS.)*
1.	Krzysztof Berenda	Dziennikarz w RMF 24	31,5
2.	Cezary Graf	Cezary Graf Office	29,2
3.	Rafał Zaorski	Tradingjam.pl	28,8
4.	Rafał Hirsch	Dziennikarz w Business Insider	27,0
5.	Cezary Głuch	Independenttrader, Trader 21	26,9
6.	Michał Szafranski	Jak Oszczędzać Pieniądze	26,1
7.	Alicja Defratyka	Ciekaweliczby.pl	22,0
8.	Paweł Binkowski	Bitcoin.pl / Krypto Raport	18,4
9.	Maciej Samcik	Subiektywnie o finansach	18,2
10.	Grzegorz Nawacki	Redaktor naczelny w Puls Biznesu	18,1
11.	Marek Tejchman	Zastępca redaktora naczelnego Dziennik Gazeta Prawna	15,0
12.	Przemysław Barankiewicz	Zbyka.pl	14,4
13.	Ignacy Morawski	Ekonomista PB	13,7
14.	Albert Rokicki	Longterm.pl	12,5

L.p.	Imię i Nazwisko	Nazwa	OBSERWUJĄCY NA TWITTERZE (W TYS.)*
15.	Paweł Sołtys	Dziennikarz, ekonomista	12,4
16.	Bartek Godusławski	Dziennikarz w Dziennik Gazeta Prawna	12,2
17.	Paweł Biedrzycki	Redaktor naczelny w Strefa Inwestorów	11,2
18.	Piotr Bujak	Główny Ekonomista i Dyrektor Departamentu Analiz Ekonomicznych PKO Banku	9,4
19.	Blog Prezesa	Blog Prezesa	8,8
20.	Rafał Mundry	Analityk w BNY Mellon	8,8
21.	Przemysław Kwiecień	Główny Ekonomista XTB	8,7
22.	Konrad Ryczko	Analityk w DM BOŚ	8,4
23.	Tomasz Jaroszek	Doradca.tv	8,4
24.	Piotr Zając	Główny analityk rynkowy w CMC Markets	8,0
25.	Daniel Paćkowski	Redaktor naczelny Stockwatch	7,6
26.	Rafał Irzyński	Analityk w Strefainwestorow.pl	7,4
27.	Przemysław Gerschmann	Redaktor naczelny Equity magazine, autor książki „Śladami Warrena Buffetta”, doradca zarządu GPW	7,3
28.	Piotr Kuczyński	Analityk rynków finansowych	7,2
29.	Trystero	Bloger w BOSSA	7,2
30.	Zbigniew Papiński	App Funds	7,1
31.	Marcin Goralewski	Dziennikarz zastępca redaktora naczelnego Pulsu Biznesu	7,0
32.	Mystery Buzu	Mystery Finanse	6,7
33.	Radosław Chodkowski	Humanista na Gieldzie	6,4
34.	Marcel Zatoński	Dziennikarz Pulsu Biznesu	6,1
35.	Piotr Biezuński	Prezes Nobilpartners	6,1
36.	Marcin Iwuć	Marcin Iwuć – Finanse Bardzo Osobiste	6,0
37.	Daniel Kostecki	Dyrektor polskiego oddziału Conotoxia Ltd.	5,9
38.	Grzegorz Siemiończyk	Dziennikarz "Parkiet"/"Rzeczpospolita"	5,9
39.	Magdalena Graniszewska	Dziennikarka Pulsu Biznesu	5,6
40.	Michał Masłowski	Wiceprezes Stowarzyszenia Inwestorów Indywidualnych	5,4
41.	Dariusz Grupa	Z pamiętnika analityka	4,0
42.	Jacek Lempart	System Trader	3,9
43.	Paweł Cymcyk	DNA Rynków	3,8
44.	Konrad Krasuski	Dziennikarz w Bloomberg	3,4
45.	Artur Wiśniewski	Stockbroker.pl (Okciem Maklera)	3,1

L.p.	Imię i Nazwisko	Nazwa	OBSERWUJĄCY NA TWITTERZE (W TYS.)*
46.	Paweł Malik	Gazeta Giełdowa / Portal Analiz	3,0
47.	Andrzej Stec	Redaktor naczelny Gazety Parkiet oraz z-ca Redaktora Naczelnego Rzeczpospolitej	3,0
48.	Tomasz Jóźwik	Redaktor Naczelny PAP Biznes	2,4
49.	Tomasz Hońdo	Qnews	1,4
50.	Wojciech Białek	K(now) future	1,3

*Stan na 15.11.2021 r.

4. SUBRANKING – LINKEDIN



Zdecydowana większość influencerów w naszym rankingu prowadzi profile na LinkedInie. Najaktywniejszy w tym zakresie jest prezes zarządu Związku Maklerów i Doradców – Paweł Cymcyk. Jest on również twórcą kanału DNA Rynków. Jego działalność na LinkedInie obserwuje ponad 17 tys. użytkowników. Na profilu dzieli się wiedzą przydatną w inwestowaniu. Publikuje analizy i komentarze giełdowe. Drugiego w zestawieniu – Macieja Samcika obserwuje 15,6 tys. ludzi, a trzeciego Michała Szafrńskiego 14,6 tys. W porównaniu do

poprzedniego roku nie zaszły tutaj żadne zmiany. Skład podium wygląda dokładnie tak samo. Poza nim warto odnotować, że tylko jedna osoba przekroczyła jeszcze 10 tys. Jest to prezes Nobilipartners - Piotr Biezuński.

W porównaniu do zeszłorocznego zestawienia wszystkie profile zanotowały wzrosty liczby obserwujących. Największy progres w TOP10 zanotował Marcin Iwuć, którego obserwuje o 31% więcej użytkowników niż rok wcześniej.

Tabela 4: LinkedIn - ranking

L.p.	Imię i Nazwisko	Nazwa	OBSERWUJĄCY NA LINKEDINIE (W TYS.)*
1.	Paweł Cymcyk	DNA Rynków	17,1
2.	Maciej Samcik	Subiektywnie o finansach	15,6
3.	Michał Szafrński	Jak Oszczędzać Pieniądze	14,6
4.	Piotr Biezuński	Prezes Nobilipartners	10,6
5.	Piotr Kuczyński	Analityk rynków finansowych	7,1
6.	Grzegorz Nawacki	Redaktor naczelny w Puls Biznesu	5,7
7.	Ewa Małyszko	Prezes PFR TFI	5,4
8.	Cezary Graf	Cezary Graf Office	5,3
9.	Marcin Iwuć	Marcin Iwuć – Finanse Bardzo Osobiste	4,5
10.	Marek Tejchman	Zastępca redaktora naczelnego Dziennik Gazeta Prawna	4,2
11.	Andrzej Stec	Redaktor naczelny Gazety Parkiet oraz z-ca Redaktora Naczelnego Rzeczpospolitej	3,1
12.	Tomasz Jaroszek	Doradca.tv	2,6
13.	Rafał Hirsch	Dziennikarz w Business Insider	2,3

L.p.	Imię i Nazwisko	Nazwa	OBSERWUJĄCY NA LINKEDINIE (W TYS.)*
14.	Krzysztof Koślicki	Dziennikarz w serwisie Prawo.pl, redaktor prowadzący sekcję Podatki, doktorant w INP PAN	2,3
15.	Piotr Bujak	Główny Ekonomista i Dyrektor Departamentu Analiz Ekonomicznych PKO Banku Polskiego	2,2
16.	Przemysław Barankiewicz	Zbyka.pl	2,2
17.	Rafał Zaorski	Tradingjam.pl	2,1
18.	Alicja Defratyka	Ciekaweliczby.pl	1,6
19.	Michał Stopka	Inwestor Profesjonalny	1,4
20.	Artur Wiśniewski	Stockbroker.pl (Okiem Maklera)	1,3
21.	Albert Rokicki	Longterm.pl	1,1
22.	Ignacy Morawski	Ekonomista PB	1,0
23.	Konrad Krasuski	Dziennikarz w Bloomberg	1,0
24.	Magdalena Graniszewska	Dziennikarka Pulsu Biznesu	1,0
25.	Marcel Zatoński	Dziennikarz Pulsu Biznesu	0,9
26.	Robert Smug	Profit Investing	0,9
27.	Szymon Maj	Dziennikarz ekonomiczny w dziale Puls Inwestora w dzienniku Puls Biznesu	0,9
28.	Jan Fijor	Milion Plus	0,9
29.	Krzysztof Berenda	Dziennikarz w RMF 24	0,9
30.	Piotr Zając	Główny analityk rynkowy w CMC Markets	0,8
31.	Paweł Biedrzycki	Redaktor naczelny w Strefainwestorów.pl	0,8
32.	Marcin Goralewski	Dziennikarz zastępca redaktora naczelnego Pulsu Biznesu	0,8
33.	Przemysław Gerschmann	Redaktor naczelny Equity magazine, autor książki „Śladami Warrena Buffetta”, doradca zarządu GPW	0,7
34.	Dariusz Grupa	Z pamiętnika analityka	0,7
35.	Przemysław Kwiecień	Główny Ekonomista XTB	0,7
36.	Jacek Lempart	System Trader	0,7
37.	Grzegorz Siemiończyk	Dziennikarz "Parkiet"/"Rzeczpospolita"	0,6
38.	Konrad Ryczko	Analityk w DM BOS	0,6
39.	Marcel Lesik	Dziennikarz Pulsu Biznesu	0,6
40.	Ireneusz Sudak	Dziennikarz w Subiektywnie o finansach	0,6
41.	Rafał Mundry	Analityk w BNY Mellon	0,5
42.	Daniel Kostecki	Dyrektor polskiego oddziału Conotoxia Ltd.	0,5
43.	Paweł Binkowski	Bitcoin.pl / Krypto Raport	0,5

L.p.	Imię i Nazwisko	Nazwa	OBSERWUJĄCY NA LINKEDINIE (W TYS.)*
44.	Michał Masłowski	Wiceprezes Stowarzyszenia Inwestorów Indywidualnych	0,3
45.	Paweł Sołtys	Dziennikarz, ekonomista	0,3
46.	Remigiusz Iwan	Rynek Obligacji	0,3
47.	Szymon Ziemia	Rekin Finansów	0,3
48.	Rafał Irzyński	Analityk w Strefainwestorow.pl	0,2
49.	Radosław Chodkowski	Humanista na Giełdzie	0,2
50.	Tomasz Hońdo	Qnews	0,1

*Stan na 15.11.2021 r.

5. RANKING GŁÓWNY

Indywidualną klasyfikację influencerów finansowych wygrał Michał Szafrąński. W każdej z badanych subkategorii plasował się w samej czołówce, notując minimum 9 punktów na 10 możliwych. Twórca bloga, kanału i podcastu „Jak Oszczędzać Pieniądże” oraz autor książki „Finansowy Ninja” zdobył 38 punktów na 40 możliwych. Niewiele gorszy rezultat zanotował były dziennikarz finansowy Gazety Wyborczej - Maciej Samcik, który z 35,7 punktu znalazł się na drugiej pozycji. W każdej z ocenianych subkategorii odnotował powyżej 8 punktów. Maciej Samcik od kilkunastu lat prowadzi bloga oraz kanał „Subiektywnie o finansach, gdzie recenzuje

produkty finansowe oraz uczy jak inwestować. Podium uzupełnił Rafał Zaorski (32,9 punktu), założyciel Tradingjam.pl. Znany jest również z obrotu walutami i gry na indeksach.

Miejsca w pierwszej dziesiątce zajęli niemal wyłącznie influencerzy będący aktywni w każdej z badanych subkategorii. Na 10 miejscu znalazł się Cezary Graf, który jest jednocześnie najwyższej sklasyfikowaną osobą z działalnością w 3 z 4 subkategorii. Nie prowadzi on strony internetowej. Jediną subkategorią, w której punktowali niemal wszyscy uczestnicy zestawienia to prowadzenie profilu na Twitterze.

Tabela 5: Ranking główny

L.p.	Imię i Nazwisko	Nazwa	SUMA PUNKTÓW
1.	Michał Szafrąński	Jak Oszczędzać Pieniądże	38,0
2.	Maciej Samcik	Subiektywnie o finansach	35,7
3.	Rafał Zaorski	Tradingjam.pl	32,9
3.	Tomasz Jaroszek	Doradca.tv	32,4
5.	Marcin Iwuć	Marcin Iwuć – Finanse Bardzo	32,1
6.	Paweł Binkowski	Bitcoin.pl / Krypto Raport	31,0
7.	Albert Rokicki	Longterm.pl	30,1
8.	Cezary Głuch	Independenttrader, Trader 21	29,8
9.	Paweł Cymcyk	DNA Rynków	29,5
10.	Cezary Graf	Cezary Graf Office	27,9
11.	Artur Wiśniewski	Stockbroker.pl (Okciem Maklera)	25,6
12.	Blog Prezesa	Blog Prezesa	25,2

L.p.	Imię i Nazwisko	Nazwa	SUMA PUNKTÓW
13.	Alicja Defratyka	ciekaweliczby.pl	24,5
14.	Jan Fijor	Milion Plus	22,3
15.	Przemysław Barankiewicz	Zbyka.pl	21,6
16.	Jacek Lempart	System Trader	20,9
17.	Radosław Chodkowski	Humanista na Giełdzie	20,7
18.	Szymon Ziemia	Rekin Finansów	19,0
19.	Paweł Malik	Gazeta Giełdowa / Portal Analiz	18,0
20.	Grzegorz Nawacki	Redaktor naczelny w Puls Biznesu	17,6
21.	Rafał Hirsch	Dziennikarz w Business Insider	17,5
22.	Marek Tejchman	Zastępca redaktora naczelnego Dziennik Gazeta Prawna	16,8
23.	Dariusz Grupa	Z pamiętnika analityka	15,9
24.	Michał Stopka	Inwestor Profesjonalny	15,7
25.	Krzysztof Berenda	Dziennikarz w RMF 24	15,4
26.	Piotr Bujak	Główny Ekonomista i Dyrektor De- partamentu Analiz Ekonomicznych PKO Banku Polskiego	14,9
27.	Piotr Kuczyński	Analityk rynków finansowych	14,8
28.	Robert Smug	Profit Investing	14,5
29.	Ignacy Morawski	Ekonomista PB	14,5
30.	Piotr Biezuński	Prezes Nobilipartners	13,9
31.	Zbigniew Papiński	App Funds	13,0
32.	Paweł Biedrzycki	Redaktor naczelny w Strefalnwe-	12,5
33.	Piotr Zając	Główny analityk rynkowy w CMC	11,5
34.	Przemysław Kwiecień	Główny Ekonomista XTb	11,2
35.	Ewa Małyżko	Prezes PFR TFI	10,7
36.	Mystery Buzu	Mystery finanse	10,9
37.	Andrzej Stec	Redaktor naczelny Gazety Parkiet oraz z-ca Redaktora Naczelnego Rzeczpospolitej	10,8
38.	Wojciech Białek	K(now) future	10,5
39.	Marcel Zatoński	Dziennikarz Pulsu Biznesu	10,7
40.	Tomasz Hońdo	Qnews	10,6
41.	Paweł Sołtys	Dziennikarz, ekonomista	10,6
42.	Remigiusz Iwan	Rynek Obligacji	10,5
43.	Przemysław Gerschmann	Redaktor naczelny Equity magazi- ne, autor książki „Śladami Warrena Buffetta”, doradca zarządu GPW	10,6

L.p.	Imię i Nazwisko	Nazwa	SUMA PUNKTÓW
44.	Rafał Mundry	Analityk w BNY Mellon	10,4
45.	Konrad Ryczko	Analityk w DM BOŚ	10,4
46.	Maciej Wieczorek	Biznes 2.0 / Expert W Bentleyu	10,0
47.	Marcin Goralewski	Dziennikarz zastępca redaktora naczelnego Pulsu Biznesu	10,1
48.	Magdalena Graniszewska	Dziennikarka Pulsu Biznesu	10,0
49.	Konrad Krasuski	Dziennikarz w Bloomberg	9,4
50.	Rafał Irzyński	Analityk w Strefa Inwestorow	8,3

*Stan na 15.11.2021 r.

ZESTAWIENIE – PORTALE FINANSOWE

W naszym zestawieniu sprawdziliśmy popularne portale finansowe. W tym przypadku przeanalizowaliśmy: liczbę wyświetleń strony, obserwujących na Twitterze, LinkedInie oraz liczbę subskrybentów na portalu YouTube. W rankingu uwzględniliśmy strony internetowe, które codziennie publikują nowe artykuły o tematyce finansowej.

W zestawieniu mocno wyróżniają się trzy portale, które zdominowały rankingi: wyświetleń strony, obserwujących na Twitterze oraz LinkedInie. Money.pl, Bankier.pl oraz PB.pl okupują podium we wszystkich wyżej wymienionych kategoriach. W rankingu wyświetleń strony konkurencje deklasują: Money oraz Bankier. Portal Pulsu Biznesu nie ma sobie równych w przypadku Twittera oraz LinkedIna.

Sytuacja wygląda zdecydowanie inaczej kiedy spojrzymy na ranking subskrybentów na YouTube. Liderem jest tu portal FxMag, który posiada o ponad 15 tys. obserwujących więcej niż drugi w zestawieniu Comparic i ponad dwukrotnie więcej niż trzeci Parkiet. W tym przypadku podium to duża mieszanka. Portal Parkiet publikuje dużo materiałów informacyjnych oraz wywiadów. Portale FxMag oraz Comparic skupiają się bardziej na analizie notowanych spółek. Ponadto FxMag to wydawca magazynu dla inwestorów indywidualnych – „Inwestor”.

Całą klasyfikację wygrały ex-quo portale Money oraz Bankier, które zgarnęły 35,1 na 40 możliwych punktów. Depcze im po piętach portal PB, przegrywając w tym roku tylko o niecałe pół punktu.

1. SUBRANKING – STRONY INTERNETOWE RANKING GŁÓWNY

Tabela 1: Wyświetlenia strony - ranking

L.p.	Nazwa	LICZBA WYŚWIETLEŃ STRONY (W TYS.)*
1.	Money.pl	13 500
2.	Bankier.pl	9 160
3.	Pb.pl	1 780
4.	Stowarzyszenie Inwestorów Indywidualnych	858
5.	Stooq.pl	843
6.	Forsal.pl	712
7.	Stockwatch.pl	630
8.	Wnp.pl	588
9.	Cashless.pl	567
10.	Fintek	541

L.p.	Nazwa	LICZBA WYŚWIETLEŃ STRONY (W TYS.)*
11.	Strefa Inwestorów	453
12.	Alebank.pl	442
13.	Parkiet.com	311
14.	Analizy.pl	146
15.	Biznes Alert	50
16.	Comparic	49
17.	PAP Biznes	42
18.	300 Gospodarka	26
19.	Obserwator Finansowy	24
20.	Inwestorzy.tv	21

*Liczba wyświetleń w październiku 2021 r.

2. SUBRANKING – YOUTUBE



Tabela 2: YouTube - ranking

L.p.	Nazwa	SUBSKRYBENCI NA YOUTUBE (W TYS.)*
1.	FxMag	48,60
2.	Comparic	31,00
3.	Parkiet.com	20,20
4.	Inwestorzy.tv	16,60
5.	Strefa Inwestorów	9,60
6.	Bankier.pl	8,20
7.	Stowarzyszenie Inwestorów Indywidualnych	5,96
8.	Wnp.pl	5,94
9.	Money.pl	4,59
10.	Pb.pl	3,80
11.	Analizy.pl	3,26
12.	Alebank.pl	0,65
13.	Biznes Alert	0,53
14.	Stockwatch.pl	0,51
15.	Fintek	0,47
16.	300 Gospodarka	0,39
17.	Cashless.pl	0,21
18.	Forsal.pl	0,10
19.	Obserwator Finansowy	0,00
20.	Stooq.pl	0,00

*Stan na 15.11.2021 r.

3. SUBRANKING – TWITTER



Tabela 3: Twitter - ranking

L.p.	Nazwa	OBSERWUJĄCY NA TWITTERZE (W TYS.)*
1.	Pb.pl	49,5
2.	Money.pl	35,9
3.	Bankier.pl	31,1
4.	Comparic	30,6
5.	PAP Biznes	30,3
6.	Forsal.pl	21,7
7.	Parkiet.com	19,3
8.	Inwestorzy.tv	16,6
9.	Strefa Inwestorów	16,5
10.	Stockwatch.pl	14,3
11.	Biznes Alert	13,1
12.	Stowarzyszenie Inwestorów Indywidualnych	11,2
13.	Obserwator Finansowy	9,1
14.	Wnp.pl	7,7
15.	300 Gospodarka	4,5
16.	Analizy.pl	4,2
17.	FxMag	3,7
18.	Cashless.pl	3,1
19.	Infostrefa	2,9
20.	Alebank.pl	1,6

*Stan na 15.11.2021 r.

4. SUBRANKING – LINKEDIN



Tabela 4: LinkedIn - ranking

L.p.	Nazwa	OBSERWUJĄCY NA LINKEDINIE (W TYS.)*
1.	Pb.pl	73,51
2.	Money.pl	24,76
3.	Bankier.pl	22,41
4.	Wnp.pl	9,50
5.	Parkiet.com	6,93
6.	Analizy.pl	5,48
7.	Cashless.pl	4,50

L.p.	Nazwa	OBSERWUJĄCY NA LINKEDINIE (W TYS.)*
8.	Fintek	3,81
9.	Alebank.pl	3,80
10.	Strefa Inwestorów	3,18
11.	Biznes Alert	3,06
12.	300 Gospodarka	2,10
13.	Stowarzyszenie Inwestorów Indywidualnych	2,02
14.	Stockwatch.pl	0,85
15.	Comparic	0,60
16.	Inwestorzy.tv	0,44
17.	Obserwator Finansowy	0,41
18.	FxMag	0,40
19.	Stooq.pl	0,16
20.	Infostrefa	0,02

*Stan na 15.11.2021 r.

5. RANKING GŁÓWNY

Tabela 5: Ranking główny

L.p.	Nazwa	SUMA PUNKTÓW
1.	Money.pl	35,1
2.	Bankier.pl	35,1
3.	Pb.pl	34,7
4.	Parkiet.com	28,3
5.	Wnp.pl	25,5
6.	Strefa Inwestorów	25,0
7.	Stowarzyszenie Inwestorów Indywidualnych	24,5
8.	Comparic	24,1
9.	Stockwatch.pl	20,4
10.	Analizy.pl	19,4
11.	Inwestorzy.tv	18,8
12.	Biznes Alert	17,9
13.	Cashless.pl	17,4
14.	Forsal.pl	17,1
15.	Alebank.pl	16,4
16.	Fintek	16,0
17.	FxMag	14,2
18.	300 Gospodarka	12,7
19.	PAP Biznes	10,3
20.	Stooq.pl	9,4

*Stan na 15.11.2021 r.

ZESTAWIENIE – SPÓŁKI WIG30

W naszym zestawieniu przyjrzelśmy się również działalności spółek WIG30 oraz ich prezesów. Poniżej prezentujemy porównanie.

SPÓŁKI WIG 30 - TWITTER



Twitter jest serwisem społecznościowym, bazującym przede wszystkim na krótkich, newsowych wiadomościach. Za sprawą pandemii koronawirusa, znacznie zyskał na popularności, mimo, że jeszcze do niedawna, zwłaszcza w Polsce, nie cieszył się nadmiernie dużym zainteresowaniem.

Pierwsze i drugie miejsce w rankingu pozostaje niezmienne – podobnie jak w zeszłym roku zajmuje je kolej-

no Orange Polska i PKN ORLEN. Pierwsza z nich może pochwalić się niemal 60 tysiącami obserwujących i dwukrotnie przewyższa następną spółkę w rankingu. W tegorocznym rankingu w pierwszej trójce znalazł się również CD Projekt, który awansował z 8. miejsca w zeszłorocznym zestawieniu. Liczba obserwatorów spółki wzrosła w ciągu roku aż o ponad 9 tys. nowych odbiorców.

Tabela 1: Twitter - ranking

L.p.	Nazwa	OBSERWUJĄCY NA TWITTERZE (W TYS.)*
1.	Orange Polska	58,4
2.	PKN ORLEN S.A.	29,5
3.	CD Projekt	19,9
4.	Santander Bank Polska	19,7
5.	mBank S.A.	19,3
6.	PKO Bank Polski	19,2
7.	Pekao S.A.	10,7
8.	Grupa Lotos S.A.	10,5
9.	Alior Bank S.A.	10,3
10.	PZU	8,5

*Stan na 15.11.2021 r.

SPÓŁKI WIG 30 - LINKEDIN



Media społecznościowe, w tym szczególnie te poruszające się w obszarze zarządzania i biznesu, jakim jest LinkedIn, także zyskały na popularności w czasie pandemii. Spółki nie tylko kontynuowały komunikację za pośrednictwem tego kanału, ale również, a może przede wszystkim, rozpoczęły dialog ze swoimi pracownikami oraz rekrutowały za jego pośrednictwem. Co w dobie ograniczeń w spotkaniach, okazało się dla największych przedsiębiorstw bezcenne.

Bardzo dobrze korzystają z tego narzędzia spółki PKN Orlen, LPP oraz mBank, liderzy obecnego, jak

i poprzedniego rankingu spółek z WIG30, komunikujących się w mediach społecznościowych.

Profil PKN Orlen w ciągu roku zyskał ponad 17 tysięcy obserwujących, co w przypadku profilu korporacyjnego jest znaczącym wzrostem. Społeczność ponad 56 tysięcy obserwujących profil koncernu paliwowo-energetycznego, prawie 2,5 tysiąca stanowią pracownicy. To pokazuje, jak ważną platformę informacyjną stanowi w ramach komunikacji wewnętrznej. Systematyczne, 2-3 razy w tygodniu publikacje na profilu korporacyjnym stanowią ważne źródło informacji dla obserwujących.

To również zmniejszanie dystansu, pomiędzy bardzo dużą korporacją, a indywidualnym odbiorcą, tym samym budowanie marki, jako przyjaznej i otwartej na dialog.

Profil LPP również odnotował znaczące wzrosty obserwujących w ciągu ostatnich kilkunastu miesięcy. Na profilu marki odzieżowej można zaobserwować dużą koncentrację na tematach związanych z aktywnością pracowników, obszarem społecznej odpowiedzialności biznesu, rekrutacją oraz tematami w obszarze ekologii. To bardzo wyraźny sygnał, że nowoczesne przedsiębiorstwa odchodzą od mówienia o sobie wyłącznie na poziomie zarządczym, a koncentrują się na pracownikach każdego szczebla – mówią do nich w swoich komunikatach i piszą o nich w publikowanych postach. Docenienie w ten sposób pracowników procentuje budową trwałych, zmotywowanych i lojalnych zespołów.

Trzeci w zestawieniu – profil mBank – jest jednym z trzech reprezentantów bankowości w tym zestawieniu. Warto podkreślić, że profil ten jest obserwowany przez

społeczność prawie 5 tysięcy pracowników. Cały profil jest bardzo charakterystyczny i przyjazny w odbiorze, ponieważ publikowane posty oraz materiały graficzne są najczęściej przygotowywane w kolorystyce banku. Firma publikuje bardzo różnorodne treści, zarówno informacyjne z życia spółki, jak i z obszaru bankowości, a to wszystko jest przeplatane informacjami o pracownikach, aktywnościach i zaangażowaniach społecznych.

Nowym graczem w zestawieniu jest spółka Allegro, która w ubiegłym roku debiutowała na warszawskiej GPW. Tym samym, będąc bardzo aktywną na LinkedIn, uplasowała się w tegorocznym zestawieniu na piątej pozycji. Spółka komunikuje się bardzo często i bardzo aktywnie. Publikuje sporo materiałów video, co jeszcze bardziej angażuje jej odbiorców. Publikowane treści, dotyczą zarówno spraw korporacyjnych, jak i pracowniczych.

Pozostałe spółki w zestawieniu również nie pozostają w tyle. Aż do pozycji 15. każda ze spółek ma ponad 20 tysięcy obserwujących na profilach LinkedIn.

Tabela 2: LinkedIn - ranking

L.p.	Nazwa	OBSERWUJĄCY NA LINKEDINIE (W TYS.)*
1.	PKN ORLEN S.A.	56,8
2.	LPP S.A.	46,0
3.	mBank S.A.	44,6
4.	Allegro	38,5
5.	Santander Bank Polska	37,9
6.	PKO Bank Polski	35,9
7.	PZU	31,8
8.	AmRest	30,4
9.	Grupa Lotos S.A.	24,3
10.	Alior Bank S.A.	23,8

*Stan na 15.11.2021 r.

Najbardziej aktywną spółką w tegorocznym zestawieniu okazał się PKN Orlen S.A, który jako jedyny przekroczył próg 50 000 obserwujących na platformie LinkedIn. Co prawda, w klasyfikacji dotyczącej Twittera największy polski koncern paliwowo-energetyczny musiał uznać wyższość Orange Polska, jednak również tutaj uplasował się on na wysokiej, 2. pozycji.

Co ciekawe, mimo zdecydowanej dominacji Orange

Polska na Twitterze (posiada o niemal 19 000 więcej obserwujących od – znajdującego się na 2. pozycji – PKN Orlen S.A.), spółka ta zajęła dopiero 14. miejsce w tabeli dotyczącej platformy LinkedIn.

Tak jak w przypadku ekspertów i portali przyjrzelśmy się kanałom YouTube spółek z indeksu WIG30. Niestety ze względu na różny profil działalności spółek oficjalne kanały nie są porównywalne. Firmy sprzedające produkty

dla klientów indywidualnych mają zdecydowanie bardziej rozbudowane profile. Komunikacja z inwestorami byłaby porównywalna gdyby każda ze spółek prowadziła osobny kanał Relacji Inwestorskich tak jak robi to CD Projekt. Osobny kanał CD Projekt IR ułatwia inwesto-

rom zapoznanie się z najważniejszymi wydarzeniami z życia spółki. Inwestorzy nie muszą wyszukiwać materiałów dot. wyników bądź Walnych Zgromadzeń wśród materiałów reklamowych. Ich kanał subskrybuje ponad 3,9 tys. użytkowników.

PREZESI SPÓŁEK WIG 30

PREZESI SPÓŁEK WIG 30 - TWITTER



Indywidualne konto w serwisie Twitter posiada zdecydowana mniejszość prezesów spółek WIG30 – jedynie sześciu. Tylko połowa z nich publikuje wpisy regularnie, opierając się na własnych materiałach i komentarzach.

Na pierwszym miejscu w dalszym ciągu pozostaje prezes PKN ORLEN – Daniel Obajtek, którego liczba obserwatorów w przeciągu roku wzrosła dwukrotnie i w tym momencie wynosi ponad 40 500 obserwujących. Komunikacja prezesa spółki jest prowadzona regularnie i ba-

zuje w większości na własnych treściach. Posiada prawie 35 tys. więcej obserwujących od zajmującego 2. miejsce Marcina Chludzińskiego z KGHM Polska Miedź S.A..

Zmiany w rankingu zaszły w kwestii spółek PGNiG oraz Play Communications – ich obecni prezesi nie posiadają swojego konta na Twitterze. Natomiast Grupa Azoty, pojawiła się na 5. za sprawą nowego prezesa, Tomasza Hince, którego profil liczy ponad tysiąc obserwujących.

Tabela 1: Twitter - ranking prezesów spółek WIG30

L.p.	PREZES SPÓŁKI	SPÓŁKA	OBSERWUJĄCY NA TWITTERZE (W TYS.) *
1.	Daniel Obajtek	PKN ORLEN S.A.	40,5
2.	Marcin Chludziński	KGHM Polska Miedź S.A.	5,7
3.	Leszek Skiba	Pekao S.A.	1,8
3.	Julien Ducarroz	Orange Polska	1,6
5.	Tomasz Hinc	Grupa Azoty S.A.	1,0
6.	Francois Nuyts	Allegro	0,4

*Stan na 15.11.2021 r.

PREZESI SPÓŁEK WIG 30 - LINKEDIN



Nasze kolejne badanie potwierdza, że LinkedIn doceniają i mocno wykorzystują w swojej pracy szefowie firm telekomunikacyjnych, banków oraz sprzedaży detalicznej. Tę ostatnią branżę w tym roku w pierwszej piątce dodatkowo wzmocnił przedstawiciel Allegro - Francois Nuyts.

Lider zestawienia - Julien Ducarroz – może nie publikuje najczęściej na swoim profilu, ale gdy już pojawiają się posty, to cieszą się ogromną popularnością i wywołują sporo ciekawych dyskusji w komentarzach.

Grupa prawie 8 tysięcy obserwujących pozwala na szerokie dotarcie z bardzo ciekawym contentem, jaki dostarcza szef Orange Polska.

W tym roku awans z trzeciej na drugą pozycję należy do prezesa zarządu CCC – Marcina Czyczerskiego, który na swoim kanale LinkedIn mocno koncentruje się na informacjach o rozwoju grupy, sieci sprzedaży, wynikach, jakie osiągają oraz wyróżnieniach, jakie są im przyznawane. Co przy ponad siedmiotysięcznej grupie obserwujących pozwala

na szerokie dotarcie z informacjami o sukcesach firmy.

Profil Prezesa Allegro, to trzecie miejsce w tegorocznym zestawieniu. Francois Nuyts jest bardzo aktywny na kanale LinkedIn, jednak w większości są to materiały polecane z innych profili. Ponad pięciotysięczna liczba obserwujących oraz popularność platformy Allegro stanowi

ważny czynnik dla zainteresowania treściami publikowanymi lub polecanymi przez jej szefa.

W tegorocznym zestawieniu po raz pierwszy pojawiły się profile prezesów takich spółek, jak Ten Square Games, KGHM Polska Miedź i Mercator Medical.

Tabela 2: LinkedIn - ranking prezesów spółek WIG30

L.p.	PREZES SPÓŁKI	SPÓŁKA	OBSERWUJĄCY NA LINKEDINIE (W TYS.)*
1.	Julien Ducarroz	Orange Polska	8,0
2.	Marcin Czyczerski	CCC S.A.	7,7
3.	Francois Nuyts	Allegro	5,4
4.	Cezary Stypułkowski	mBank S.A.	4,4
5.	Joao Bras Jorge	Bank Millennium	4,0
6.	Omar Arnaout	XTB Polska	3,2
7.	Adam Góral	Asseco Poland	2,5
8.	Leszek Skiba	Pekao S.A.	2,4
9.	Maciej Zużalek	Ten Square Games	2,3
10.	Michał Gajewski	Santander Bank Polska	2,2

*Stan na 15.11.2021 r.

ZESTAWIENIE – INSTYTUCJE ANALITYCZNE

Podczas naszej analizy zetknęliśmy się z kilkoma ciekawymi profilami prowadzonymi przez instytucje analityczne. Są to podmioty związane z domami maklerskim bądź instytucjami finansowymi. Na poniższych profi-

lach można znaleźć wiele ciekawych komentarzy/analiz. O atrakcyjności tych informacji najlepiej świadczy liczba obserwujących.

Tabela 1: Twitter - wybrane instytucje analityczne

Profile	OBSERWUJĄCY NA TWITTERZE (W TYS.) *
mBank Research	21,0
Analizy PEKAO	11,7
ING Economics Poland	8,0
PKO Research	7,9
Blogi BOSSA	6,7
BNP Paribas o Rynkach	4,9
Biuro Maklerskie mBanku	4,6
Biuro Maklerskie Alior Banku	2,7

*Stan na 15.11.2021 r.

METODYKA

ZESTAWIENIE I

Celem analizy było zbadanie zasięgów indywidualności oraz portali finansowych. Podmioty wybrane do zestawienia to osoby/firmy działające na polskim rynku, zajmujące się produktami finansowymi oraz inwestycyjnymi. Ranking influencerów/dziennikarzy/ekspertów oraz portali został stworzony w oparciu o cztery subkategorie:

1. LICZBA WYŚWIETLEŃ STRONY INTERNETOWEJ

W tej kategorii miejsca zostały przedzielone ze względu na liczbę osób odwiedzających stronę internetową autora. Pod uwagę wzięliśmy pełny miesiąc przed publikacją raportu. Jednak do badania wybraliśmy dane za październik ze względu na dwa wydłużone weekendy listopadowe, które mogły zaburzyć standardowe statystyki (pomiarzy zostały wykonane narzędziem Senuto.com). Podmioty uszeregowano od najwyższej do najniższej liczby wyświetleń strony internetowej. Uzyskany ranking w postaci szeregu został podzielony na percentyle. Podmiot znajdujący się na pierwszym miejscu otrzymał 10 pkt, a każdy kolejny miał tę wartość pomniejszaną o około 0,16 pkt ($100\% / 63 = \sim 1,6\%$; $10\text{pkt} \times 1,6\% = 0,16\text{ pkt}$), tak, że ostatnia osoba/portal biorąca udział w rankingu otrzymywała 0 pkt w danej kategorii. W przypadku gdy więcej podmiotów nie prowadziło strony internetowej – każdy z nich otrzymywał 0 pkt w danej subkategorii.

2. LICZBA SUBSKRYBENTÓW NA PORTALU YOUTUBE

W tym przypadku miejsca zostały przedzielone ze względu na liczbę subskrybentów na kanale. Dane są aktualne na dzień 15 listopada 2021 roku. Podmioty uszeregowano od największej do najmniejszej ilości subskrybentów. Uzyskany ranking w postaci szeregu został podzielony na percentyle. Podmiot znajdujący się na pierwszym miejscu otrzymał 10 pkt, a każdy kolejny miał tę wartość pomniejszaną o około 0,16 pkt (100%

$/ 63 = \sim 1,6\%$; $10\text{pkt} \times 1,6\% = 0,16\text{ pkt}$), tak, że ostatnia osoba/portal biorąca udział w rankingu otrzymywała 0 pkt w danej kategorii. W przypadku gdy więcej podmiotów nie prowadziło działalności na danym portalu – każdy z nich otrzymywał 0 pkt w danej subkategorii. W przypadku ukrytej liczby subskrybentów jako wartość przyjmowano również 0.

3. LICZBA OBSERWUJĄCYCH NA PORTALU TWITTER

W tym przypadku miejsca zostały przedzielone ze względu na liczbę obserwujących na profilu. Dane są aktualne na dzień 15 listopada 2021 roku. Podmioty uszeregowano od największej do najmniejszej ilości obserwujących. Uzyskany ranking w postaci szeregu został podzielony na percentyle. Podmiot znajdujący się na pierwszym miejscu otrzymał 10 pkt, a każdy kolejny miał tę wartość pomniejszaną o około 0,16 pkt ($100\% / 63 = \sim 1,6\%$; $10\text{pkt} \times 1,6\% = 0,16\text{ pkt}$), tak, że ostatnia osoba/portal biorąca udział w rankingu otrzymywała 0 pkt w danej kategorii. W przypadku gdy więcej podmiotów nie prowadziło działalności na danym portalu – każdy z nich otrzymywał 0 pkt w danej subkategorii.

4. LICZBA OBSERWUJĄCYCH NA PORTALU LINKEDIN

W tym przypadku miejsca zostały przedzielone ze względu na liczbę obserwujących na profilu. Dane są aktualne na dzień 15 listopada 2021 roku. Podmioty uszeregowano od największej do najmniejszej ilości obserwujących. Uzyskany ranking w postaci szeregu został podzielony na percentyle. Podmiot znajdujący się na pierwszym miejscu otrzymał 10 pkt, a każdy kolejny miał tę wartość pomniejszaną o około 0,16 pkt ($100\% / 63 = \sim 1,6\%$; $10\text{pkt} \times 1,6\% = 0,16\text{ pkt}$), tak, że ostatnia osoba/portal biorąca udział w rankingu otrzymywała 0 pkt w danej kategorii. W przypadku gdy więcej podmiotów nie prowadziło działalności na danym portalu – każdy z nich otrzymywał 0 pkt w danej subkategorii.

Maksymalna, możliwa do uzyskania w rankingu liczba punktów wynosiła 40.

ZESTAWIENIE II

1. LICZBA OBSERWUJĄCYCH SPÓŁKĘ NA PORTALU TWITTER

Celem analizy było zbadanie zasięgów portali finansowych. W zestawieniu analizujemy podmioty, które codziennie publikują autorskie artykuły/analizy/komentarze. Opracowanie nie zawiera dużych portali ekonomicznych. Podmioty wybrane do zestawienia to firmy działające na polskim rynku, zajmujące się produktami finansowymi oraz inwestycyjnymi. Ranking portali został stworzony w oparciu o 4 subkategorie:

2. LICZBA SUBSKRYBENTÓW NA PORTALU YOUTUBE

W tej kategorii miejsca zostały przedzielone ze względu na liczbę osób odwiedzających stronę internetową autora. Pod uwagę wzięliśmy pełny miesiąc przed publikacją raportu. Jednak do badania wybraliśmy dane za październik ze względu na dwa wydłużone weekendy listopadowe, które mogły zaburzyć standardowe statystyki (pomiarzy zostały wykonane narzędziem Senuto.com). Podmioty uszeregowano od najwyższej do najniższej liczby wyświetleń strony internetowej. Uzyskany ranking w postaci szeregu został podzielony na percentyle. Podmiot znajdujący się na pierwszym miejscu otrzymał 10 pkt, a każdy kolejny miał tę wartość pomniejszaną o około 0,45 pkt ($100\% / 22 = \sim 4,5\%$; $10\text{pkt} \times 4,5\% = 0,45\text{ pkt}$), tak, że ostatnia osoba/portal biorąca udział w rankingu otrzymywała 0 pkt w danej kategorii. W przypadku gdy więcej podmiotów nie prowadziło działalności na danym portalu – każdy z nich otrzymywał 0 pkt w danej subkategorii.

3. LICZBA OBSERWUJĄCYCH NA PORTALU TWITTER

W tym przypadku miejsca zostały przedzielone ze względu na liczbę obserwujących na profilu. Dane są aktualne na dzień 15 listopada 2021 roku. Podmioty uszeregowano od największej do najmniejszej ilości obser-

wujących. Uzyskany ranking w postaci szeregu został podzielony na percentyle. Podmiot znajdujący się na pierwszym miejscu otrzymał 10 pkt, a każdy kolejny miał tę wartość pomniejszaną o około 0,45 pkt ($100\% / 22 = \sim 4,5\%$; $10\text{pkt} \times 4,5\% = 0,45\text{ pkt}$), tak, że ostatnia osoba/portal biorąca udział w rankingu otrzymywała 0 pkt w danej kategorii. W przypadku gdy więcej podmiotów nie prowadziło działalności na danym portalu – każdy z nich otrzymywał 0 pkt w danej subkategorii.

4. LICZBA OBSERWUJĄCYCH NA PORTALU LINKEDIN

W tym przypadku miejsca zostały przedzielone ze względu na liczbę obserwujących na profilu. Dane są aktualne na dzień 15 listopada 2021 roku. Podmioty uszeregowano od największej do najmniejszej ilości obserwujących. Uzyskany ranking w postaci szeregu został podzielony na percentyle. Podmiot znajdujący się na pierwszym miejscu otrzymał 10 pkt, a każdy kolejny miał tę wartość pomniejszaną o około 0,45 pkt ($100\% / 22 = \sim 4,5\%$; $10\text{pkt} \times 4,5\% = 0,45\text{ pkt}$), tak, że ostatnia osoba/portal biorąca udział w rankingu otrzymywała 0 pkt w danej kategorii. W przypadku gdy więcej podmiotów nie prowadziło działalności na danym portalu – każdy z nich otrzymywał 0 pkt w danej subkategorii.

ZESTAWIENIE IV

1. LICZBA OBSERWUJĄCYCH SPÓŁKĘ NA PORTALU TWITTER

W tym przypadku miejsca zostały przedzielone ze względu na liczbę obserwujących na profilu. Dane są aktualne na dzień 15 listopada 2021 roku. Podmioty uszeregowano od największej do najmniejszej ilości obserwujących.

2. LICZBA OBSERWUJĄCYCH SPÓŁKĘ NA PORTALU LINKEDIN

W tym przypadku miejsca zostały przedzielone ze względu na liczbę obserwujących na profilu. Dane są aktualne na dzień 15 listopada 2021 roku. Podmioty

uszeregowano od największej do najmniejszej ilości obserwujących.

3. LICZBA OBSERWUJĄCYCH PREZESA SPÓŁKI NA PORTALU TWITTER

W tym przypadku miejsca zostały przedzielone ze względu liczbę obserwujących na profilu. Dane są aktualne na dzień 15 listopada 2021 roku. Prezesów uszeregowano od największej do najmniejszej liczby obserwujących.

4. LICZBA OBSERWUJĄCYCH PREZESA SPÓŁKI NA PORTALU LINKEDIN

W tym przypadku miejsca zostały przedzielone ze względu liczbę obserwujących na profilu. Dane są aktualne na dzień 15 listopada 2021 roku. Prezesów uszeregowano od największej do najmniejszej liczby obserwujących.

ZESTAWIENIE IV

1. LICZBA OBSERWUJĄCYCH SPÓŁKĘ NA PORTALU TWITTER

W tym przypadku miejsca zostały przedzielone ze względu na liczbę obserwujących na profilu. Dane są aktualne na dzień 15 listopada 2021 roku. Wybrane podmioty uszeregowano od największej do najmniejszej liczby obserwujących.



Autorzy:

DARIUSZ JAROSZ

Prezes Zarządu
Martis CONSULTING Sp. z o.o.
dariusz.jarosz@mc.com.pl



DOMINIKA GÓRSKA

dominika.gorska@mc.com.pl



GRZEGORZ PIĘDZIEJEWSKI

grzegorz.piedziejewski@mc.com.pl



Martis Consulting Sp. Z o.o.
ul. Bukowińska 22 lok. 14b
02-702 Warszawa
Telefon: 22 24 45 700
e-mail: biuro@mc.com.pl
www.mc.com.pl

© **Wszelkie prawa zastrzeżone**
Publikacja ma charakter bezpłatny.
Korzystając z raportu prosimy
o sygnowanie materiałów z niego
pobranych autorem – Martis
CONSULTING.