

RYNEK KAPITAŁOWY I SPÓŁKI Z WIG 30 W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH





RYNEK KAPITAŁOWY I SPÓŁKI Z WIG 30 W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

EDYCJA

LIPIEC 2020

ANALIZA POLSKIEGO RYNKU KAPITAŁOWEGO W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

PKN Orlen, LPP i mBank to najaktywniejsze spółki z WIG 30 na LinkedIn, a Orange, PKN Orlen i PLAY na Twitterze. Pozycję lidera na YouTube zajmuje CD Projekt. Wśród portali finansowo-giełdowych największy ruch generuje Money.pl, przed zajmującym drugie miejsce Bankier.pl. Maciej Samcik i Michał Szafrąński to najpopularniejsi blogerzy finansowi, a Wojciech Białek lideruje blogerom giełdowym. Krzysztof Berenda (RMF 24), Rafał Hirsch (Business Insider) i Michał Szafrąński (Jak Oszczędzać Pieniądze) mają najwięcej obserwujących wśród dziennikarzy i komentatorów na Twitterze.

Tylko 1/3 prezesów największych giełdowych spółek z grupy WIG30 prowadzi aktywną komunikację w mediach społecznościowych na kanale LinkedIn. Jeszcze mniej, bo tylko 20 proc., „ćwierka” na Twitterze, wynika z najnowszej analizy Martis CONSULTING. Liderami są francuscy menadżerowie pracujący w Polsce – Jean Francois Fallacher (Orange) i Jan-Marc Harion (PLAY).

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. Analizie zostało poddanych 30 największych spółek notowanych na warszawskiej giełdzie, a także kierujących nimi menadżerowie. Przyjęliśmy, że liczba obserwujących jest głównym kryterium decydującym o pozycji w rankingu w przypadku spółek i ich szefów (dane na połowę czerwca) a ruch na stronie w przypadku portali oraz blogerów (dane dotyczą maja).



KOMUNIKACJA SPÓŁEK GIEŁDOWYCH NALEŻĄCYCH DO INDEKSU WIG30

I. SERWIS BIZNESOWY LINKEDIN

PKN Orlen, LPP i mBank to spółki z największą liczbą obserwujących, przy czym lider ma ich niespełna 40 000.

W spółce PKN Orlen, według danych serwisu, zatrudnionych jest około 1 800 pracowników mających także konto na LinkedIn. Analizując język komunikacji i tematykę postów można wywnioskować, iż jest to profil prowadzony stricte w celach rekrutacyjnych, ze szczególnym naciskiem na studentów. Liczba poleceń dawanych przez użytkowników utrzymuje się na stałym poziomie, jednak nie jest bardzo duża. Orlen chce identyfikować się z grupą docelową poprzez skrócenie dystansu między marką a odbiorcą, co wspiera dodatkowo nowoczesna komunikacja w kanałach social media. Całość jest spójna i przemyślana.

LPP publikuje bardzo zróżnicowane materiały – od działań z zakresu employer branding i CSR, po posty biznesowe. Jak widać po liczbie poleceń, to one cieszą się największą aktywnością. Obserwujących interesują zarówno plany rozwojowe firmy, jak i reakcje na bieżące działania kryzysowe.

Trzecie miejsce, z największą liczbą obserwujących

na poziomie ponad 32 500 i około 4 400 pracownikami, których zatrudnia, zajmuje mBank. Materiały publikowane przez firmę są merytoryczne i cieszą się sporym zainteresowaniem. Bank publikuje dużo informacji dotyczących wdrożenia pracy zdalnej i realizacji procesów przez pracowników będących na tzw. home office. Całość jest spójna, merytoryczna i uzupełniona o koncept marki tworzonej przede wszystkim przez ludzi i ich historie.

Bardzo dobrze komunikują się kolejni w zestawieniu, m.in. bank PKO, PZU czy Santander. Co ciekawe, to właśnie PKO, który w rankingu liczby obserwujących zajął 4. miejsce, zatrudnia największą liczbę pracowników z aktywnymi kontami na LinkedIn.

Kto jeszcze może pochwalić się komunikacją angażującą odbiorców?

Tu przede wszystkim należy docenić CD Projekt, którego posty osiągają nawet 900 polubień. Materiałów zamieszczanych przez spółkę jest jednak stosunkowo mało.

Spółki giełdowe mają świadomość, iż publikowanie w serwisie materiałów w formie wideo, szczególnie tych odnoszących się do działań z zakresu employer branding, czy CSR, budzi duże zainteresowanie i angażuje odbiorców. Im bardziej innowacyjne działania spółki i ciekawe materiały publikowane w mediach, tym więcej aktywności ze strony odbiorców. Posty odnoszące się do działań sprzedażowych w tym przypadku schodzą na drugi plan.

Tabela 1. LinkedIn – ranking spółek z WIG30 według liczby obserwujących

I.p.	Nazwa spółki	Liczba obserwujących	Liczba pracowników na LinkedIn
1.	PKN ORLEN	39 104	1 866
2.	LPP	34 556	2 694
3.	MBANK	32 581	4 413
4.	SANTANDER	30 346	4 918
5.	PKO BP	27 600	5 726
6.	PZU	24 621	5 560
7.	AMREST HOLDINGS	23 427	2 639
8.	ING BANK ŚLĄSKI	20 534	2 407
9.	ALIOR BANK	19 827	4 040

I.p.	Nazwa spółki	Liczba obserwujących	Liczba pracowników na LinkedIn
10.	ORANGE POLSKA	18 970	5 017
11.	GRUPA LOTOS	18 214	649
12.	PEKAO	16 757	3 133
13.	BANK MILLENNIUM	16 329	2 526
14.	ASSECO POLAND	14 777	1 781
15.	EUROCASH	14 418	1 435
16.	PGE	14 236	715
17.	KGHM POLSKA MIEDŹ	14 149	1 139
18.	PGNIG	14 080	1 014
19.	CD PROJEKT	10 920	62
20.	TAURON POLSKA ENERGIA	10 134	441
21.	PLAY COMMUNICATIONS	9 303	2 032
22.	KERNEL HOLDING	8 374	445
23.	ENERGA	8 195	533
24.	KRUK	7 961	602
25.	CCC	7 241	656
26.	GRUPA AZOTY	5 133	249
27.	CYFROWY POLSAT	4 628	689
28.	ENEA	4 126	260
29.	DINO POLSKA	2 821	396
30.	JSW	362	93

II. TWITTER

Serwis posiada informacyjny, newsowy charakter, a spółki prowadząc na nim swoją aktywność chcą często dotrzeć do dziennikarzy. W pierwszej trójce są aż dwa telekomy: Orange na pierwszym miejscu oraz PLAY na trzecim. Komunikacja prowadzona jest w sposób poprawny, jednak niezbyt angażujący. Wiceliderem jest PKN Orlen, którego materiały mają nie tylko charakter newsowy, ale są też interaktywne i angażujące. Dotyczy to również postów nawiązujących do współpracy z Ro-

bertem Kubicą. Inne konto spółki – ORLEN Team jest obserwowane przez ponad 6 000 użytkowników.

Materiały umieszczane na Twitterze nie cieszą się tak dużą aktywnością ze strony obserwujących, jak chociażby te w serwisie LinkedIn, co nie oznacza, iż nie budują dużych zasięgów. Wyjątek ponownie stanowi CD Projekt, którego tweety potrafią osiągnąć nawet 400 polubień.

Tabela 2. Twitter – ranking spółek z WIG30 według liczby obserwujących

I.p.	Nazwa spółki	Liczba obserwujących
1.	ORANGE POLSKA	59 060
2.	PKN ORLEN	24 000
3.	PLAY COMMUNICATIONS	22 900
4.	ING BANK ŚLĄSKI	20 200
5.	SANTANDER	19 700
6.	MBANK	15 800
7.	PKO BP	13 900
8.	CD PROJEKT	10 600
9.	PEKAO	10 200
10.	ALIOR BANK	10 000
11.	GRUPA LOTOS	8 643
12.	PZU	7 919
13.	CYFROWY POLSAT	4 605
14.	BANK MILLENNIUM	4 580
15.	GRUPA AZOTY	4 292
16.	TAURON POLSKA ENERGIA	3 791
17.	KGHM POLSKA MIEDŹ	3 168
18.	ENERGA	2 594
19.	ENEA	1 876
20.	ASSECO POLAND	1 395
21.	PGE	1 336
22.	PGNIG	1 303
23.	JSW	1 011
24.	KRUK	887
25.	AMREST HOLDINGS	490
26.	EUROCASH	173 (tweety chronione)
27.	CCC	brak
28.	DINO POLSKA	brak
29.	KERNEL HOLDING	brak
30.	LPP	brak

III. YOUTUBE

To serwis stworzony z myślą o publikowaniu materiałów wideo. Często filmy umieszczane w innych kanałach linkują właśnie do YouTube. Największą liczbę obserwujących udało się zebrać spółkom: CD Projekt, ING Bank Śląski i Play Communications.

To właśnie w tym kanale spółka CD Projekt postała na ciekawą komunikację wyników finansowych. Ostatni film z tej serii osiągnął oglądalność na poziomie 170 000 odsłon i ponad 500 komentarzy. Na kanale nie

brakuje materiałów o grach i filmów z wydarzeń przedstawianych „od kuchni”. Materiały publikowane przez ING Bank Śląski dotyczą nie tylko porad o produktach, ale również nawiązują do budowania niezależności finansowej. Natomiast PLAY na swoim kanale prezentuje głównie usługi, reklamy oraz filmy poradnikowe dotyczące np. ułatwień dla seniorów. mBank, Orange oraz PKO BP – to kolejne spółki, które publikują ciekawe, interaktywne wideo. Firmy wyraźnie stawiają na filmy poradnikowe, edukacyjne, duże znaczenia ma forma zaprezentowania materiału i łatwość przekazu.

Tabela 3. YouTube – ranking spółek z WIG30 według liczby subskrybentów

I.p.	Nazwa spółki	Liczba obserwujących
1.	CD PROJEKT	219 000
2.	ING BANK ŚLĄSKI	200 000
3.	PLAY COMMUNICATIONS	177 000
4.	MBANK	28 200
5.	ORANGE POLSKA	27 800
6.	PKO BP	25 400
7.	SANTANDER	20 100
8.	PZU	12 800
9.	CCC	6 960
10.	BANK MILLENNIUM	6 800
11.	ALIOR BANK	5 590
12.	PEKAO	2 850
13.	PGE	2 740
14.	ENEA	2 280
15.	GRUPA LOTOS	2 080
16.	GRUPA AZOTY	772
17.	JSW	742
18.	PGNIG	733
19.	ENERGA	650
20.	KGHM POLSKA MIEDŹ	528
21.	LPP	404
22.	ASSECO POLAND	307

I.p.	Nazwa spółki	Liczba obserwujących
23.	KRUK	264
24.	AMREST HOLDINGS	199
25.	EUROCASH	143
26.	KERNEL HOLDING	UKRYTA LICZBA
27.	PKN ORLEN	UKRYTA LICZBA
28.	TAURON POLSKA ENERGIA	UKRYTA LICZBA
29.	DINO POLSKA	BRAK
30.	CYFROWY POLSAT	BRAK

WIG30 - KOMUNIKACJA PREZESÓW SPÓŁEK GIEŁDOWYCH W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

I. SERWIS BIZNESOWY LINKEDIN

W serwisie LinkedIn najbardziej aktywni są szefowie telekomów i banków. Na pierwszym miejscu znalazł się Jean-François Fallacher, prezes Orange Polska. Jego anglojęzyczne konto obserwuje ponad 5 600 użytkowników. Na profilu znajdziemy autorskie artykuły i publikacje. Potrafi on w ciekawy sposób odnieść się do

wydarzeń związanych ze spółką z perspektywy osoby zarządzającej. Tuż za nim jest prezes Play Communications z liczbą 5 540 obserwujących. Na jego profilu nie znajdziemy jednak artykułów, a liczba publikacji jest dużo mniejsza. Jean-Marc Harion generalnie poleca materiały i wpisy innych użytkowników. Trzecie miejsce należy do prezesa CCC – Marcina Czyczerskiego, którego posty są stosunkowo angażujące, jednak i na tym koncie nie znajdziemy artykułów przygotowywanych stricte na potrzeby serwisu LinkedIn. Dużą aktywnością cieszą się również publikacje prezesa Santander Bank Polska – Michała Gajewskiego. Warto zwrócić uwagę, iż prezesi którzy prowadzą aktywną komunikację i są obserwowani przez innych użytkowników, to zaledwie 1/3 prezesów wszystkich spółek z WIG30.

Tabela 4. LinkedIn – ranking prezesów spółek z WIG30 według liczby obserwujących

I.p.	Nazwa spółki	Imię i nazwisko prezesa	Czy posiada konto na LinkedIn?	Liczba obserwujących
1.	ORANGE POLSKA	Jean-François Fallacher	tak	5 614
2.	PLAY COMMUNICATIONS	Jean-Marc Harion	tak	5 540
3.	CCC	Marcin Czyczerski	tak	4 149
4.	ING BANK ŚLĄSKI	Brunon Bartkiewicz	tak	3 050
5.	BANK MILLENNIUM	Joao Bras Jorge	tak	2 951
6.	MBANK	Cezary Stypułkowski	tak	2 364
7.	ASSECO POLAND	Adam Góral	tak	1 947

I.p.	Nazwa spółki	Imię i nazwisko prezesa	Czy posiada konto na LinkedIn?	Liczba obserwujących
8.	SANTANDER	Michał Gajewski	tak	1 923
9	AMREST HOLDINGS	Mark Chandler	tak	1 627
10.	PEKAO	Leszek Skiba	tak	1 307
11.	KGHM POLSKA MIEDŹ	Marcin Chludziński	tak	581
12.	KRUK	Piotr Krupa	tak	518
13.	TAURON POLSKA ENERGIA	Filip Grzegorzczak	tak	312
14.	CD PROJEKT	Adam Kiciński	tak	brak
15.	KERNEL HOLDING	Yevgen Osypov	tak	brak
16.	PGE	Wojciech Dąbrowski	tak	brak
17.	GRUPA LOTOS	Paweł Jan Majewski	tak	brak
18.	EUROCASH	Luis Amaral	tak (brak zdjęcia)	
19.	ENERGA	Jacek Goliński	tak (brak zdjęcia)	-
20.	ALIOR BANK	Iwona Duda	nie	-
21.	CYFROWY POLSAT	Mirosław Błaszczak	nie	-
22.	DINO POLSKA	Szymon Piduch	nie	-
23.	ENEA	Paweł Szczeszak	nie	-
24.	GRUPA AZOTY	Wojciech Wardacki	nie	-
25.	JSW	Włodzimierz Hereźniak	nie	-
26.	LPP	Marek Piechocki	nie	-
27.	PGNIG	Jerzy Kwieciński	nie	-
28.	PKN ORLEN	Daniel Obajtek	nie	-
29.	PKO BP	Zbigniew Jagiełło	nie	-
30.	PZU	Beata Kozłowska-Chyła	nie	-

II. TWITTER

Swoje konto na Twitterze posiada jedynie 6 z 30 prezesów spółek WIG30. W większości publikowane materiały to tweety komentujące wydarzenia ze spółki oraz treści „podawane dalej” od innych użytkowników.

Na pierwszym miejscu uplasował się prezes PKN Orlen – Daniel Obajtek z liczbą ponad 20 900 obserwujących. Wyróżnić można również konta prezesów dwóch telekomów – Orange i PLAY, których treści bazują na własnych materiałach i komentarzach, a nie materiałach podawanych przez innych użytkowników.

Tabela 5. Twitter – ranking profili prezesów spółek z WIG30 według liczby obserwujących

I.p.	Nazwa spółki	Imię i nazwisko prezesa	Liczba obserwujących
1.	PKN ORLEN	Daniel Obajtek	20 930
2.	PGNIG	Jerzy Kwieciński	7 933
3.	KGHM POLSKA MIEDŹ	Marcin Chludziński	4 846
4.	ORANGE POLSKA	Jean-François Fallacher	2 411
5.	PEKAO	Leszek Skiba	1 586
6.	PLAY COMMUNICATIONS	Jean-Marc Harion	1 295
7.	CCC	Marcin Czyczerski	-
8.	ING BANK ŚLĄSKI	Brunon Bartkiewicz	-
9.	BANK MILLENNIUM	Joao Bras Jorge	-
10.	MBANK	Cezary Stypułkowski	-
11.	SANTANDER	Michał Gajewski	-
12.	ASSECO POLAND	Adam Góral	-
13.	KRUK	Piotr Krupa	-
14.	KERNEL HOLDING	Yevgen Osypov	-
15.	TAURON POLSKA ENERGIA	Filip Grzegorzczak	-
16.	AMREST HOLDINGS	Mark Chandler	-
17.	CD PROJEKT	Adam Kiciński	-
18.	ALIOR BANK	Iwona Duda	-
19.	CYFROWY POLSAT	Miroslaw Błaszczyk	-
20.	DINO POLSKA	Szymon Piduch	-
21.	ENEA	Paweł Szczeszek	-
22.	ENERGA	Jacek Goliński	-
23.	EUROCASH	Luis Amaral	-
24.	GRUPA AZOTY	Wojciech Wardacki	-
25.	JSW	Włodzimierz Hereźniak	-
26.	LPP	Marek Piechocki	-
27.	PGE	Wojciech Dąbrowski	-
28.	PKO BP	Zbigniew Jagiełło	-
29.	PZU	Beata Kozłowska-Chyła	-
30.	GRUPA LOTOS	Paweł Jan Majewski	-

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE O TEMATYCE FINANSOWO- GIEŁDOWEJ

Najpopularniejszym portalem finansowym, generującym największy ruch, jest Money.pl. Tuż za nim jest Bankier.pl, który ma więcej obserwujących na YouTube. Kolejne pozycje zajmuje powiązany z Bankierem serwis Pb.pl. Wszystkie trzy prowadzą dodatkowo uzupełniające kanały na YouTube i Twitterze. W czołówce są portale powiązane z wydawcami tradycyjnych mediów (Bankier.pl, Pb.pl, Forsal.pl, Wnp.pl, Parkiet.com), jak i redakcje operujące wyłącznie w sieci (Money.pl, Stooq.pl, Cashless.pl, Strefainwestorow.pl). Zestawienie zamyka serwis dla aktywnych traderów i inwestorów giełdowych Independenttrader.pl, który ma ponad 27 000 obserwujących na YouTube.

Wśród telewizji internetowych nie ma zdecydowanego lidera. Wywodzący się ze środowiska traderów walutowych Comparic24.tv ma niemal tyle samo subskrybentów co giełdowy Parkiet.tv i grupujący inwestorów indywidualnych kanał Inwestorzy.tv. Wśród blogerów specjalizujących się w tematyce finansowej dominują dwa nazwiska, słynące z dobrej jakości prezentowanych treści – były dziennikarz Gazety Wyborczej, Maciej Samcik i Michał Szafrński. Ten drugi ma znacznie więcej subskrybentów na YouTube. W węższej tematyce giełdowej największy ruch generuje blog znanego wśród inwestorów analityka Wojciecha Białka. Na LinkedIn króluje szef Związku Maklerów i Doradców Paweł Cymcyk (DNA Rynków). Dziennikarz RMF FM Krzysztof Berenda jest w świecie finansów najbardziej wpływowym twitterowcem, nieznacznie wyprzedzając Rafała Hirscha z Business Insider.

Tabela 6. Portale

I.p.	Nazwa	Opis	Ruch na stronie (kwiecień 2020)	Subskrybenci (YouTube)	Obserwujący (Twitter)
1.	Money.pl	Rynek kapitałowy	6 905 565	4 200	27 692
2.	Bankier.pl	Rynek kapitałowy	4 316 032	7 300	24 153
3.	Pb.pl	Rynek kapitałowy	1 629 509	3 230	41 108
4.	Stooq.pl	Rynek kapitałowy	1 065 622	-	40
5.	Forsal.pl	Rynek kapitałowy	895 641	83	17 996
6.	Wnp.pl	Rynek kapitałowy	618 310	-	6 428
7.	Cashless.pl	Rynek kapitałowy	606 679	115	2 743
8.	Strefa Inwestorów	Rynek kapitałowy	542 324	8 110	8 580
9.	Parkiet.com	Rynek kapitałowy	377 836	jako Parkiet.TV (15 400)	14 568
10.	Stockwatch.pl	Rynek kapitałowy	152 919	-	9 257
11.	Analizy.pl	Fundusze	107 346	-	2 610
12.	Stowarzyszenie Inwestorów Indywidualnych	Rynek kapitałowy	18 033	2 830	8 162
13.	Stockbroker.pl	Rynek kapitałowy	15 420	84	1 699
14.	Independenttrader.pl	Rynek kapitałowy	9 711	27 600	7 524

Tabela 7. Telewizyjne kanały internetowe

I.p.	Nazwa	Opis	Subskrybenci (YouTube)
1.	Comparic24.tv	Rynek kapitałowy	17 500
2.	Parkiet.tv	Rynek kapitałowy	15 400
3.	Inwestorzy.tv	Rynek kapitałowy	15 000

Tabela 8. Blogerzy finansowi

I.p.	Imię i nazwisko	Nazwa	Ruch na stronie (kwiecień 2020)	Subskrybenci (YouTube)	Subskrybenci (Twitter)
1.	Maciej Samcik	Subiektywnie o finansach	177 017	4 280	16 354
2.	Michał Szafrński	Jak Oszczędzać Pieniądze	170 494	76 100	23 492
3.	Tomasz Jaroszek	Doradca.tv	31 697	31 100	4 530
4.	Marcin Iwuć	Marcin Iwuć – Finanse Bardzo Osobiste	27 168	67 700	3 456
5.	Zbigniew Papiński	App Funds	1 839	-	5 539

Tabela 9. Blogerzy giełdowi

I.p.	Imię i nazwisko	Nazwa	Ruch na stronie (kwiecień 2020)	Subskrybenci (YouTube)	Subskrybenci (Twitter)
1.	Wojciech Białek	Wojciech Białek	14 491	-	776
2.	Michał Stopka	Inwestor Profesjonalny	8 045	-	136
3.	Dariusz Grupa	Z pamiętnika analityka	3 509	22	3 250
4.	Paweł Cymcyk	DNA Rynków	3 205	2 800	3 429
5.	Albert Rokicki	Longterm.pl	2 860	5 330	6 864
6.	Remigiusz Iwan	Rynek Obligacji	2 288	-	70
7.	Rafał Zaorski	Tradingjam.pl	1 435	34 200	1 160
8.	Paweł Malik	Gazeta Giełdowa	963	300	1 098
9.	Radosław Chodkowski	Humanista na Giełdzie	578	3 730	4 518
10.	Filip Rudnicki	10 procent rocznie, Fundamentalna.net	570	-	-
11.	Jacek Borawski	Stockmasters	319	-	-
12.	Jacek Lempart	System Trader	296	1 000	1 184
13.	Tomasz Hońdo	Qnews	294	-	1 302
14.	Przemysła Barankiewicz	Zbyka.pl	181	-	12 449
15.	Adrian Kołodziej	Adrian Kołodziej	105	41 900	286

Tabela 10. Twitter – ranking komentatorów giełdowych / dziennikarzy finansowych

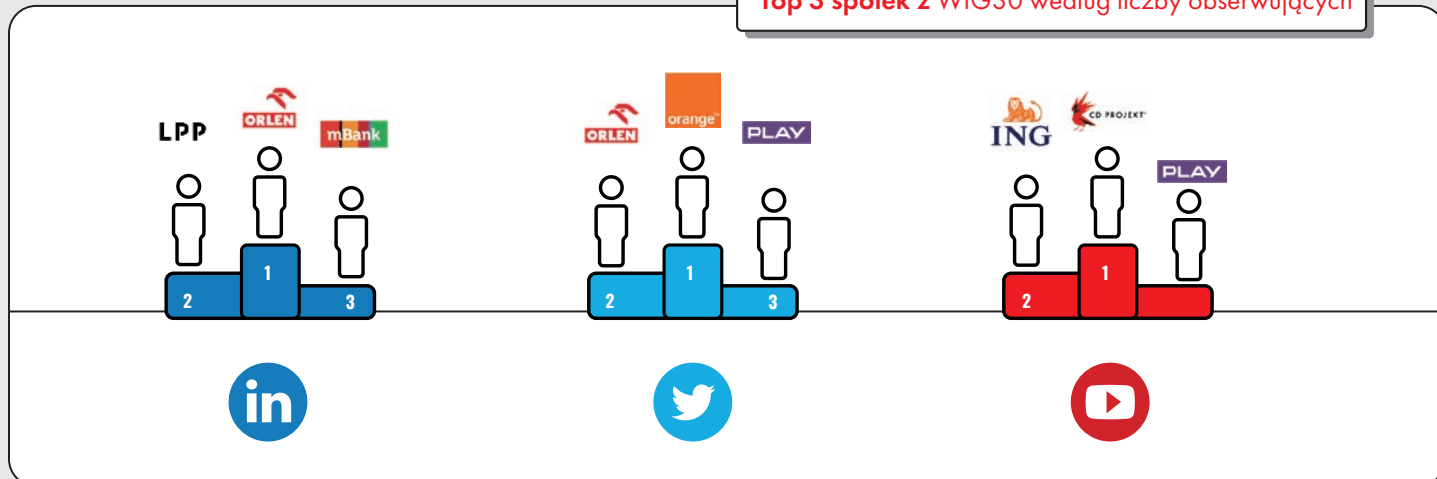
I.p.	Imię i nazwisko	Opis	Obserwujący
1.	Krzysztof Berenda	Dziennikarz w RMF 24	26 491
2.	Rafał Hirsch	Dziennikarz w Business Insider	24 572
3.	Michał Szafrński	Jak Oszczędzać Pieniądze	23 492
4.	Maciej Samcik	Założyciel Subiektywnie o finansach	16 354
5.	Karolina Baca-Pogorzelska	Dziennikarka, specjalistka w branży górniczej i energetycznej	15 688
6.	Grzegorz Nawacki	Redaktor naczelny w Puls Biznesu	15 451
7.	Marek Tejchman	Zastępca redaktora naczelnego w Dziennik Gazeta Prawna	13 378
8.	Przemysław Barankiewicz	Założyciel Zbyka.pl	12 449
9.	Bartek Godusławski	Dziennikarz w Dziennik Gazeta Prawna	11 714
10.	Paweł Sołtyś	Dziennikarz, ekonomista	10 790
11.	Ignacy Morawski	Ekonomista	9 766
12.	Paweł Biedrzycki	Redaktor naczelny w StrefaInwestorów.pl	8 202
13.	Albert Rokicki (Longterm44)	Założyciel Longterm.pl	6 864
14.	Marcin Goralewski	Dziennikarz zastępca redaktora naczelnego Pulsu Biznesu	6 853
15.	Piotr Bujak	Główny Ekonomista i Dyrektor Departamentu Analiz Ekonomicznych PKO Banku Polskiego	6 302
16.	Piotr Biezuński	Prezes Nobilipartners	5 972
17.	Zbigniew Papiński	Autor bloga inwestora dla inwestorów i oszczędzających App Funds	5 539
18.	Magdalena Graniszewska	Dziennikarka Pulsu Biznesu	5 283
19.	Marcel Zatoński	Dziennikarz Pulsu Biznesu	5 254
20.	Michał Masłowski	Wiceprezes Stowarzyszenia Inwestorów Indywidualnych	4 823

Tabela 11. LinkedIn – ranking komentatorów giełdowych / dziennikarzy finansowych

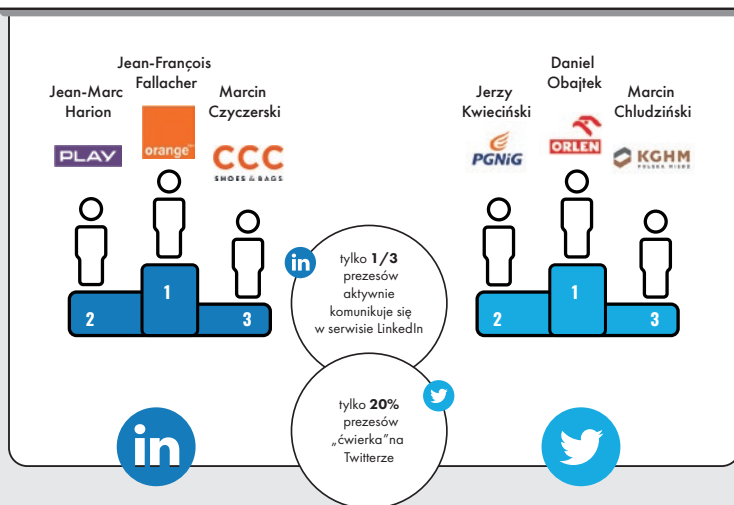
I.p.	Imię i nazwisko	Opis	Obserwujący
1.	Paweł Cymcyk	Prezes Zarządu Związek Maklerów i Doradców; właściciel w DNA Rynków	15 628
2.	Maciej Samcik	Założyciel w Subiektywnie o finansach	14 547
3.	Michał Szafrński	Założyciel w JakOszczedzacPieniadze.pl	13 747
4.	Marcin Iwuć	Założyciel w Marcin Iwuć – Finanse Bardzo Osobiste	3 404
5.	Tomasz Jaroszek	Autor bloga Doradca.TV i książki Śladami Warrena Buffetta	2 359
6.	Andrzej Stec	Redaktor naczelny w Gazeta Giełdy i Inwestorów Parkiet oraz z-ca Redaktora naczelnego Rzeczpospolitej	2 100
7.	Krzysztof Koślicki	Dziennikarz w serwisie Prawo.pl, redaktor prowadzący sekcję Podatki, doktorant w INP PAN	1 822
8.	Rafał Zaorski	Prezes zarządu w Krypto Jam SA	1 674
9.	Przemysław Barankiewicz	Założyciel Zbyka.pl	1 674
10.	Konrad Krasuski	Dziennikarz w Bloomberg	968
11.	Dariusz Grupa	Analityk giełdowy, bloger	570
12.	Ireneusz Sudak	Dziennikarz w Subiektywnie o finansach	548
13.	Przemysław Gerschmann	Redaktor naczelny Equity magazine, autor książki „Śladami Warrena Buffetta”	498
14.	Konrad Ryczko	Analityk w Brokerage House	4 88
15.	Marcel Lesik	Dziennikarz Pulsu Biznesu	425
16.	Michał Stopka	Analityk giełdowy, bloger	407
17.	Szymon Maj	Dziennikarz ekonomiczny w dziale Puls Inwestora w dzienniku Puls Biznesu	299
18.	Michał Masłowski	Wiceprezes w Stowarzyszenie Inwestorów Indywidualnych	282

RYNEK KAPITAŁOWY I SPÓŁKI Z WIG 30 W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

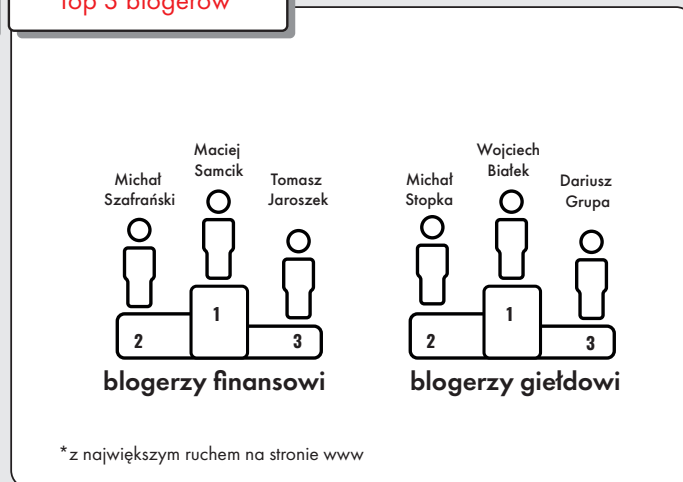
Top 3 spółek z WIG30 według liczby obserwujących



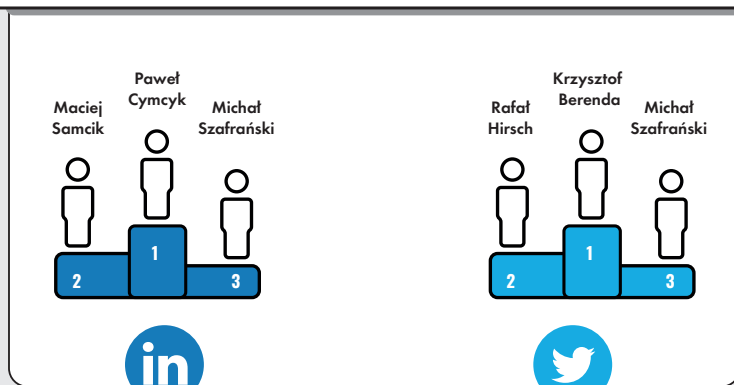
Top 3 prezesów spółek z WIG30 według liczby obserwujących



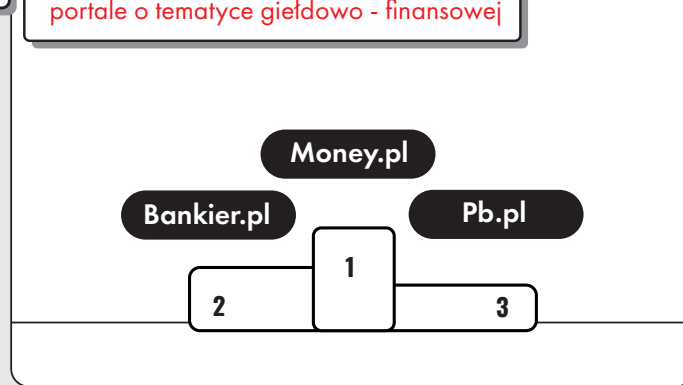
Top 3 blogerów*



Top 3 komentatorów giełdowych / dziennikarzy finansowych



Najbardziej popularne portale o tematyce giełdowo - finansowej





Autorzy:

DARIUSZ JAROSZ

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



NATALIA JAŹWIERSKA

natalia.jazwierska@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
Niniejszy raport stanowi własność
Martis CONSULTING Sp. z o.o.
i podlega ochronie praw autorskich,
znaków towarowych i własności inte-
lektualnej zgodnie z prawem