**WhitePress® zdobywa zagraniczne rynki. W 2021 roku aż ¼ przychodów polskiego startupu pochodziła z zagranicy**

**W Polsce pierwsza wśród 100 najbardziej widocznych witryn marketingowych w Google według rankingu Senuto. W Europie jedna z najdynamiczniej rozwijających się platform do dystrybucji i promocji treści. W 2019 polski startup WhitePress® zapowiadał wejście na zagraniczne rynki, ale chyba nikt nie spodziewał się, że w tak krótkim czasie z sukcesem zbuduje swoją pozycję na 21 z nich. Spółka w 2021 roku odnotowała sprzedaż na poziomie blisko 54 milionów zł, co stanowiło wzrost o ponad 70 proc. względem poprzedniego roku. Sprzedaż za granicą wzrosła niemal 5-krotnie. W 2021 przejęty w całości przez globalną spółkę AdTech, RTB House, zapowiada dalsze umacnianie w Europie, ale też start w krajach azjatyckich i obu Amerykach. Na jakich rynkach polskie i zagraniczne firmy mogą prowadzić działania marketingowe za pomocą platformy?**

Era WhitePress® International rozpoczęła się tak naprawdę już pod koniec 2018 roku, kiedy spółka oddała do użytku platformę w wersji 2.0. Jakie funkcjonalności zyskała w nowej odsłonie? Przede wszystkim możliwość przeprowadzania transakcji w wielu językach, walutach i pomiędzy firmami z różnych krajów. W tym czasie rozpoczęła się również dokładna analiza zagranicznych rynków pod kątem branży marketingowej i tworzenie dedykowanego zespołu, na którego czele stanął Tomasz Domański.

- WhitePress® *w Polsce regularnie odnotowywał wzrosty obrotów na poziomie kilkudziesięciu procent. Dlatego też decyzja o rozszerzeniu działalności spółki o nowe rynki była w tamtym czasie naturalną konsekwencją. Dodatkowo widzieliśmy, że polskie przedsiębiorstwa coraz śmielej wychodzą poza granice kraju i pojawiła się potrzeba wsparcia ich działań na rynku europejskim. Oczywiście przygotowanie się do tych działań wymagało od nas wiele czasu i przeprowadzenia gruntownych analiz rynków, na które chcieliśmy wejść w pierwszej kolejności. Na tej podstawie wybraliśmy 4 kierunki: Czechy, Słowację, Węgry i Rumunię. To tutaj otworzyliśmy lokalne spółki – córki, powstały pierwsze zagraniczne zespoły i rozpoczęliśmy budowanie naszej międzynarodowej obecności* – **mówi Paweł Strykowski, CEO WhitePress®.**

Istotnym z punktu widzenia rozwoju działań na zagranicznych rynkach było także umożliwienie polskim reklamodawcom poruszanie się po wymienionych krajach za pomocą swojego konta, bez zagłębiania się w kwestie walut, przeliczników czy certyfikatów rezydencji. Jednocześnie od 2019 roku polskie portale otworzyły się również na zagranicznych marketerów.

**Od Zachodu po Wschód: 21’ i 21 europejskich rynków**

Z końcem roku 2020 spółka była obecna już na 11 rynkach. Do państw, gdzie polski startup debiutował ze swoją usługą, dołączyło aż 7 europejskich krajów – m.in. Wielka Brytania, Niemcy, Bułgaria, Holandia czy Ukraina. Jednak niewątpliwie to rok 2021 okazał się najbardziej dynamiczny pod względem ekspansji zagranicznej.

**WhitePress® w przeciągu 12 miesięcy zbudował swoją obecność na 9 rynkach, czyli niemal tyle ile łącznie uzyskano w poprzedzających 2 latach.** W ramach działania platformy pojawiło się też wiele nowych funkcjonalności jako Content Premium, czyli moduł do zamawiania treści wysokiej jakości u wyspecjalizowanych dziennikarzy.

- *Zbudowaliśmy naszą obecność w kolejnych ważnych krajach, czyli we Włoszech, Grecji, Hiszpanii, Francji, Słowenii, Litwie, Łotwie, Portugalii i Turcji. Co ważne, to nie jest tylko symboliczna obecność w tych miejscach. WhitePress® przez 12 miesięcy sukcesywnie tworzył struktury biznesowe we wskazanych regionach. Stawialiśmy zespoły, poszukiwaliśmy wydawców i podpisywaliśmy tysiące umów. W każdym włączonym do platformy kraju, lokalni pracownicy działają zgodnie z polskimi założeniami, ale komunikują się w języku swojego państwa. Zespoły stanowią wsparcie językowe i koordynują działania przy publikacjach, dzięki czemu mamy pewność, że portale są starannie selekcjonowane i sprawdzane pod kątem merytoryki* **– tłumaczy Patrycja Górecka - Butora,** **Head of Marketing & PR, WhitePress®.**

I dodaje, że rok 2021 był dla spółki przełomowy, nie tylko ze względu na dynamikę, z jaką budowali obecność na kolejnych nowych rynkach czy nowości, które pojawiły się wokół platformy, ale także z powodu przejęcia międzynarodowej platformy WhitePress® przez globalną spółkę AdTech, **RTB House.**

- *Nabycie 100 proc. udziałów w naszej platformie przez RTB House dało nam nowe możliwości i przede wszystkim pozwoliło utrzymać, a nawet zwiększyć to tempo wzrostu, które sobie założyliśmy jeszcze w 2019 roku. Tak dynamiczna ekspansja zawsze jest obarczona dużą odpowiedzialnością i jednocześnie ryzykiem, a każdy kolejny krok musi być dobrze przemyślany. Dzięki wsparciu RTB House mogliśmy w bezpieczny sposób budować naszą pozycję na coraz to nowych obszarach, poszerzać bazę wydawców, a także podjąć decyzję o kolejnych śmielszych działaniach w Azji czy obu Amerykach. W rezultacie właśnie startujemy z działaniami w jednym z największych państw świata, czyli Brazylii. Kompletujemy zespół i podpisujemy pierwsze umowy z wydawcami* – **komentuje Paweł Strykowski.**

- *Kluczowe zagraniczne rynki dla nas pod względem wartości sprzedaży to na ten moment zdecydowanie Czechy, Rumunia, Węgry i Słowacja, czyli te kraje, którymi zapoczątkowaliśmy ekspansję zagraniczną spółki. To właśnie tam siatka wydawców, z którymi współpracujemy jest największa. Dla przykładu w Rumunii na ten moment pracujemy z ponad 2000 wydawcami. Biorąc pod uwagę rynki pod względem dynamiki wzrostu spółki – to są to m.in. Holandia, Grecja, Niemcy i Wielka Brytania. W Holandii odnotowaliśmy gigantyczny wzrost na poziomie kilku tysięcy proc.* **– dodaje** **Tomasz Domański, Head of International Growth.**

Ostatecznie, na koniec 2021 roku platforma potroiła liczbę publikacji na obcojęzycznych stronach, co sprawiło, że aż 1/4 przychodów w 2021 pochodziła ze spółek zagranicznych. Ponad 120-osobowy zespół z centralą w Polsce obsługuje 21 języków i współpracuje z ponad 41 000 portali, co plasuje go również na pierwszym miejscu wśród tego typu platform.

**Rok 2022 pod znakiem egzotyki?**

Jak tłumaczy CEO międzynarodowej platformy, Paweł Strykowski - *Trudno jednoznacznie przewidzieć cały rok, ponieważ dynamika spółki jest bardzo duża, jednak* z początkiem 2022 rozpoczęliśmy działania w Skandynawii, jako ostatni duży region, który jeszcze nie był zagospodarowany i wkrótce będzie otwarty do sprzedaży. *Będziemy też podejmować działania w kierunku krajów, które mogą na ten moment wydawać się zaskakujące, czyli rejony Ameryki Północnej i Południowej, a także Azja. To zupełnie odmienna kultura, specyfika pracy, inna strefa czasowa i wiele czynników, które musimy wziąć pod uwagę zanim skierujemy działania na te rynki.*

Ponadto WhitePress® zamierza dalej udoskonalać platformę pod kątem dodatkowych funkcji z obszaru content i influencer marketingu oraz SEO. Z tego względu 5 maja organizuje konferencję SEO & Content CAMP. Jednocześnie pracuje nad Akademią WhitePress®, w ramach której organizuje szkolenia z content marketingu, influencer marketingu, SEO oraz obsługi platformy, a także webinary, porady wideo. Tworzy artykuły eksperckie, raporty i badania przygotowane we współpracy z partnerami Akademii takimi jak: Senuto, Newspoint, SEMSTORM, Devagroup, czy Aplikuj.pl.

**Więcej informacji:**

Pamela Tomicka

[p.tomicka@lightscape.pl](mailto:p.tomicka@lightscape.pl)

+48 601 918 306