



RAPORT ZASIĘGU MEDIALNEGO

50. Mistrzostwa Polski Kobiet w warcabach stupolowych

Warcaby | Checkers Arena - Mińsk Mazowiecki - 27-30 sierpnia 2026

65 000+ wyświetleń i odtworzeń treści	1 151+ godzin oglądania transmisji	~4 000 interakcji z publikacjami
45+ publikacji w kampanii	31 h 59 min profesjonalnego komentarza LIVE	5 platform z równoległą transmisją

Najważniejszy rezultat

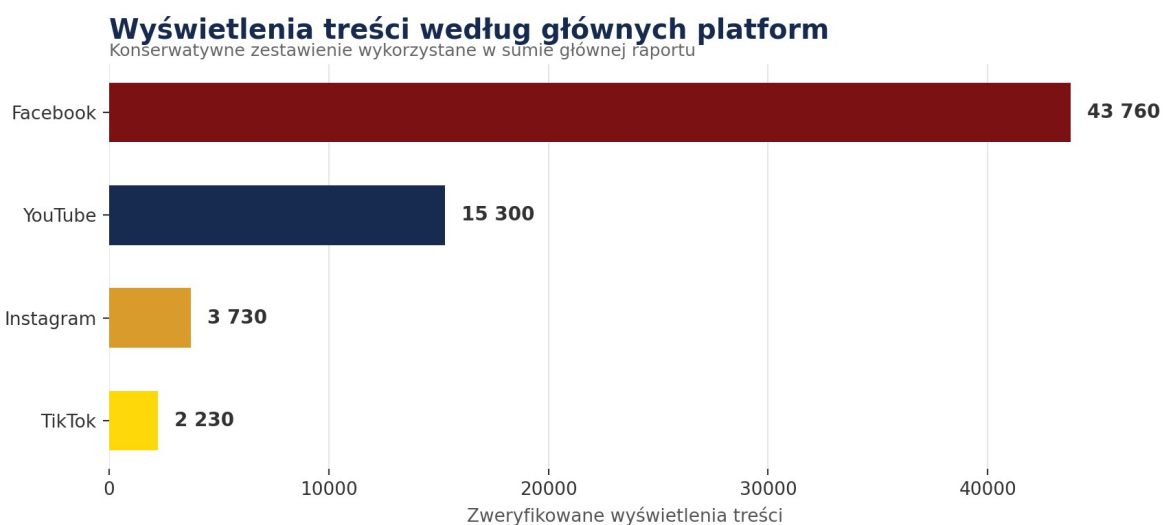
Wieloplatformowa kampania przekształciła czterodniowe mistrzostwa w wydarzenie cyfrowe dostępne przed turniejem, w trakcie każdej rundy i po zakończeniu rywalizacji. Zweryfikowane treści osiągnęły konserwatywnie ponad 65 tys. wyświetleń, a transmisje na YouTube i Facebooku wygenerowały łącznie ponad 1 151 godzin oglądania - niemal 48 pełnych dób uwagi odbiorców.

Opracowanie: Damian Reszka | Warcaby / Checkers Arena | Dane zebrane do 1 września 2026

Wynik całościowy kampanii

Kampania obejmowała zapowiedzi, grafiki informacyjne, posty wynikowe, relacje, krótkie materiały wideo oraz pełne transmisje z komentarzem. Dystrybucja była prowadzona pod markami Warcaby i Checkers Arena, dzięki czemu wydarzenie docierało do odbiorców w wielu formatach i na różnych platformach.

65 020+	3 980	6
zweryfikowanych wyświetleń	interakcji w kampanii	platform dystrybucji treści



Facebook: wynik kampanii Metricool. YouTube: pełny eksport transmisji. Instagram i TikTok: publikacje kampanijne. Facebookowe LIVE omówiono osobno i nie dodano ponownie do sumy głównej.

Platforma	Zakres	Wyświetlenia	Najważniejszy efekt
Facebook	21 postów + 3 relacje	43 760	3 770 interakcji; główny kanał kampanii
YouTube	7 rund + zakończenie	15 300	1 043 godz. oglądania; +20 subskrybentów
Instagram	6 postów + 5 relacji	3 730	11 materiałów wspierających kampanię
TikTok	5 publikacji	2 230	dodatkowa dystrybucja krótkich treści

Dystrybucja większa niż suma jednego kanału

Treści były obecne na Facebooku, YouTube, Instagramie i TikToku, a sygnał LIVE trafiał równolegle także na Twitch i Kick. Pozwalało to odbiorcom śledzić mistrzostwa w serwisie, z którego korzystają na co dzień.

Transmisje LIVE - pełne mistrzostwa z komentarzem

Na żywo skomentowano wszystkie siedem rund oraz zakończenie mistrzostw. Główną, porównywalną analizę liczbową oparto na YouTube i Facebooku. Twitch, TikTok LIVE i Kick były dodatkowymi kanałami dystrybucji.

24 736	1 151 h	31:58:45
odślon transmisji YT + FB	łącnego czasu oglądania	materiału programowego

Materiał	YouTube wyświetlenia	YouTube watchtime	Facebook wyświetlenia	Facebook watchtime
Runda 1	2 224	92,4 h	1 412	6,1 h
Runda 2	2 206	113,5 h	1 002	11,8 h
Runda 3	1 730	109,4 h	528	3,2 h
Runda 4	1 857	122,3 h	671	2,9 h
Runda 5	1 711	139,8 h	1 145	13,5 h
Runda 6	2 410	196,0 h	1 264	15,5 h
Runda 7 - finał	2 304	243,2 h	1 203	23,4 h
Zakończenie	858	26,6 h	2 211	31,9 h
ŁĄCZNIE	15 300	1 043,2 h	9 436	108,2 h

Na Facebooku wynik rundy 1 obejmuje dodatkowy 9-minutowy fragment techniczny, a zakończenie dwa pliki. Łączny zasięg wierszy nie jest sumowany jako unikalna publiczność.

Finał przyciągnął najwięcej uwagi

Siódma runda wygenerowała na YouTube 243,2 godziny oglądania, 2 304 wyświetlenia i średnio 6 minut 20 sekund oglądania na jedno wyświetlenie. Główna transmisja z zakończenia na Facebooku osiągnęła 1 607 wyświetleń i ponad 31 godzin oglądania.

Effekt długiego formatu

Łączny czas oglądania transmisji na YouTube i Facebooku wyniósł 1 151 godzin 28 minut. To odpowiednik 47 dni, 23 godzin i 28 minut nieprzerwanej konsumpcji materiału. Transmisje pozostały dostępne jako VOD, dlatego ich wynik może nadal rosnąć po zakończeniu wydarzenia.

Publikacje wspierające i narracja wydarzenia

Zasięg nie powstał wyłącznie podczas transmisji. Kampania została rozpisana na pełny cykl komunikacyjny: budowanie zainteresowania przed turniejem, codzienne podtrzymywanie emocji oraz wykorzystanie wyników i historii zawodników po zakończeniu rywalizacji.

Etap	Rola komunikacji
PRZED	zapowiedzi turnieju, prezentacja kluczowych pojedynków, informacje o godzinach transmisji i stawce sportowej
W TRAKCIE	codzienne aktualizacje tabeli, relacje z decydujących partii, grafiki, przypomnienia LIVE i komentarz ekspercki
PO	ogłoszenie mistrzów, podsumowania wyników, relacja z zakończenia oraz materiały utrwalające najważniejsze historie

Najmocniejsze publikacje na Facebooku

Publikacja	Wyświetlenia	Zasięg	Interakcje
Zapowiedź partii finałów mistrzostw	10 770	6 292	38
Kamil Flisikowski Mistrzem Polski 2026	9 775	3 642	623
Marta Bańkowska Mistrzynią Polski 2026	4 265	2 332	185
Dwie najważniejsze partie roku	4 251	1 875	96
Pociekły mi łzy zachwytu - aktualizacja	2 744	1 370	59
Przed nami wielki finał 50. MPK	2 586	1 316	66

Publikacja o Kamili Flisikowskiej dotyczyła towarzyszącego Finału MP Open, który był częścią wspólnej oprawy transmisyjnej i wzmacniał zainteresowanie decydującymi rundami mistrzostw.

Formaty wykorzystane w kampanii

- **Posty graficzne i zdjęciowe** - zapowiedzi, tabela, wyniki i bohaterowie mistrzostw.
- **Reels i krótkie wideo** - dynamiczne dotarcie do odbiorców preferujących treści mobilne.
- **Relacje** - szybkie przypomnienia, aktualizacje i kierowanie widzów do transmisji.
- **LIVE i VOD** - pełna, wielogodzinna relacja z profesjonalnym komentarzem.

Wartość komunikacyjna dla organizatora

Turniej stał się pełnoprawnym wydarzeniem medialnym

Relacja nie ograniczyła się do publikacji wyniku. Odbiorcy otrzymali zapowiedź, codzienną narrację sportową, komplet transmisji, komentarz ekspercki, emocjonalne historie zawodników i podsumowanie zakończenia.

Najważniejsze korzyści

- **Ciągła obecność wydarzenia** - komunikacja obejmowała okres przed turniejem, wszystkie dni gry i zakończenie.
- **Profesjonalny komentarz** - widzowie otrzymali kontekst, analizę pozycji i wyjaśnienie stawki sportowej.
- **Wieloplatformowa dostępność** - odbiorcy mogli śledzić wydarzenie w preferowanym serwisie.
- **Długi ogon treści** - transmisje i publikacje pozostają dostępne i mogą generować kolejne odtworzenia.
- **Materiały dla partnerów** - wyniki, grafiki i VOD tworzą gotowe dowody skali wydarzenia dla sponsorów i instytucji.

Metodologia i interpretacja

Zakres	Sposób liczenia
Suma główna	65 020+ wyświetleń = Facebook 43 760 + YouTube 15 300 + Instagram 3 730 + TikTok 2 230.
Facebook LIVE	9 436 wyświetleń pokazano osobno. Nie dodano ich ponownie do sumy głównej, ponieważ część mogła pokrywać się z selekcją kampanii Metricool.
Czas oglądania	1 151,5 godz. = YouTube 1 043,2 godz. + Facebook 108,2 godz.
Zasięg	Zasięgi poszczególnych publikacji nie zostały zsumowane jako liczba unikalnych osób. Jedna osoba mogła zetknąć się z wieloma treściami.
Transmisje mieszane	Część relacji obejmowała jednocześnie 50. MPK i Finał MP Open. Platformy nie dzielą oglądalności pomiędzy zawody.
Dodatkowe platformy	Twitch, TikTok LIVE i Kick wykorzystano jako dodatkowe kanały emisji; ich niewielkich i nieporównywalnych statystyk nie włączono do podsumowania liczbowego.

Źródła danych

Metricool - raport kampanii: <https://f.mtr.cool/B2K4ZOJGJC>
 YouTube Analytics - eksport wyników transmisji (arkusz XLSX)
 Meta Business Suite - eksport treści z 24-30 sierpnia 2026 (CSV)
 Metricool - raport kanałów z 20-30 sierpnia 2026 (PDF)
 Twitch Analytics - potwierdzenie dodatkowej dystrybucji LIVE



PODSUMOWANIE

Wydarzenie żyło daleko poza salą gry

65 020+

wyświetleń treści

1 151,5 h

łącnego oglądania

24 736

odslon transmisji YT + FB

Kompletna obsługa medialna jubileuszowych mistrzostw

Warcaby i Checkers Arena zapewniły 50. Mistrzostwom Polski Kobiet wielodniową i wieloplatformową komunikację: od zapowiedzi i budowania napięcia, przez wszystkie rundy LIVE z profesjonalnym komentarzem, aż po ogłoszenie mistrzyni i relację z zakończenia. Konserwatywnie ponad 65 tys. wyświetleń treści i niemal 48 dób oglądania pokazują realną skalę cyfrowego życia wydarzenia.

Warcaby | Checkers Arena - transmisje, treści i promocja warcabów