



# DOING BUSINESS IN SPAIN

# FORMY PRAWNE PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI



# EKSPORT BEZPOŚREDNIO Z POLSKI

## B2B

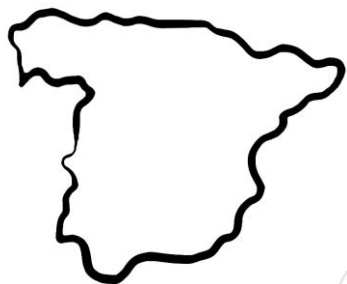
**WDT czyli wewnątrzwspólnotowa dostawa towarów:** polska firma zarejestrowana jako podatnik VAT sprzedaje towar firmie hiszpańskiej zarejestrowanej jako podatnik VAT w Hiszpanii przeznaczony na cele działalności gospodarczej, który jest przewożony z terytorium Polski na terytorium Hiszpanii, przy czym w ramach WDT towar może zostać przewieziony przez sprzedawcę, nabywcę albo podmiot działający na rzecz nabywcy lub sprzedawcy.



## B2C

### Obowiązek rejestracji VAT - EU = NIP europejski

## VAT 0%



**WSTO czyli wewnątrzwspólnotowa sprzedaż towarów na odległość:** polska firma sprzedająca towar konsumentowi lub osobie fizycznej w Hiszpanii podlega unijnym zasadom opodatkowania sprzedaży towarów na odległość. W przypadku WSTO muszą być spełnione następujące warunki:

1. sprzedawane towary są wysyłane lub transportowane przez dostawcę lub na jego rzecz przez osobę trzecią (również gdy dostawca pośrednio uczestniczy w ich wysyłce lub transporcie);
2. wysyłka bądź transport rozpoczyna się z terytorium Polski i kończy na terytorium Hiszpanii.
3. nabywcą jest podatnik podatku od towarów i usług.

10.000€



- Polska stawka VAT
- Rozliczenie VAT w Polsce
- Sprzedaż wykazywana w rejestrze transakcji krajowych



suma wartości  
netto sprzedanych  
towarów

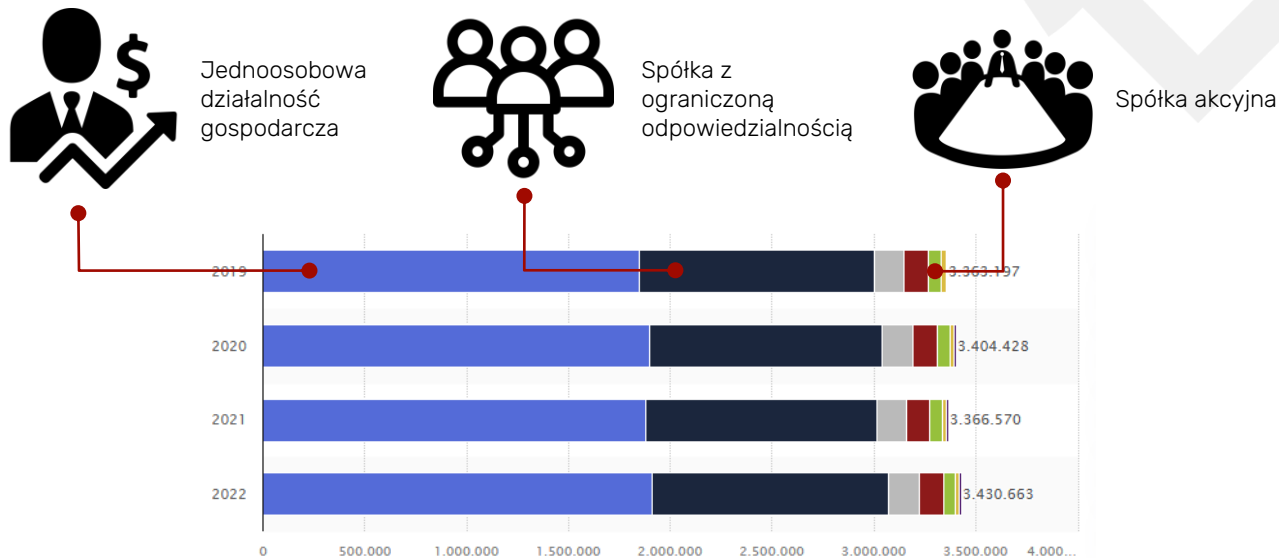


10.000€



- Hiszpańska stawka VAT
- Rozliczenie VAT w Hiszpanii lub okienko one-stop-shop
- Sprzedaż wykazywana w rejestrze transakcji zagranicznych

# FORMY PRAWNE DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ W HISZPANII



Spółka partnerska



Spółka pracownicza



Towarzystwo ubezpieczeń wzajemnych



Spółdzielnia pracy



Fundusz inwestycyjny



Spółka komandytowa



Spółka jawna



Spółka cywilna



Spółdzielnia rolnicza

# PRZEDSTAWICIELSTWO OPARTE O SPÓŁKĘ Z O.O. (I)

## **Uzyskanie NIP (dla osoby prawnej i jej przedstawicieli) na potrzeby projektu tworzenia przedsiębiorstw w Hiszpanii**

- Sporządzanie i koordynacja przy podpisywaniu pełnomocnictwa do uzyskania NIF/NIE dla członków organu uprawnionego do reprezentowania podmiotu
- Rejestracja NIE przedstawicieli w Agencji Skarbowej (procedura rejestracji w spisie podmiotów zobowiązanych).
- Uzyskanie NIF dla zagranicznego podmiotu w Agencji Skarbowej.

## **Pełnomocnictwo do sporządzenia aktu założycielskiego**

- Sporządzenie pełnomocnictwa notarialnego w celu sporządzenia aktu założycielskiego w imieniu i na rzecz pełnomocnika oraz przyjęcie stanowiska organu zarządzającego.
- Stawiennictwo u notariusza podczas sporządzania aktu założycielskiego w imieniu klienta.

## **Założenie spółki z ograniczoną odpowiedzialnością**

- Projekt struktury korporacyjnej.
- Uzyskanie wyciągu z Krajowego Rejestru Sądowego o istnieniu podmiotu oraz członkach organu uprawnionego do reprezentowania podmiotu.
- Sporządzenie statutu
- Uzyskanie zaświadczenia o nazwie spółki z Centralnego Rejestru Handlowego
- Podpisywanie aktu założycielskiego u notariusza.
- Uzyskanie protokołów oświadczeń o beneficjentach rzeczywistych zgodnie z ustawą 10/2010 o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu.
- Stawiennictwo u notariusza w celu odebrania aktu po wydaniu odpowiednich odpisów

# PRZEDSTAWICIELSTWO OPARTE O SPÓŁKĘ Z O.O. (II)

- Rejestracja założycielskiego aktu notarialnego w Rejestrze Handlowym w Madrycie
- Wypełnienie i złożenie oświadczenia o zagranicznych inwestycjach w hiszpańskim Rejestrze Inwestycji Zagranicznych.
- Założenie spółki zgodnie ze standardowym statutem i formalności na platformie CIRCE.
  - a. Rejestracja rozpoczęcia działalności (Agencja Skarbowa AEAT).
  - b. Utworzenie ram podatkowych
  - c. Uzyskanie konta składek.
  - d. Rejestracja firmowej skrzynki pocztowej firmy niezbędnej do otrzymywania powiadomień od AEAT i innych organów.

## **Uzyskanie certyfikatu cyfrowego**

- Formalności przed autoryzowanym operatorem w celu uzyskania klucza dostępu do pobierania certyfikatów elektronicznych.
- Notarialne potwierdzenie tożsamości osoby poprzez uwierzytelnienie podpisu na formularzu zgłoszeniowym.
- Rozpatrywanie wniosku o pobranie certyfikatu elektronicznego z przekazaniem dokumentacji do kodu pobrania i weryfikacją tożsamości.
- Pobranie certyfikatu cyfrowego.
- Wykonanie kopii certyfikatu, która zostanie wysłana klientowi wraz z procedurą pobrania oraz informacją dotyczącą hasła i daty ważności.

# PODATKI W HISZPANII

## Podatek dochodowy od osób fizycznych

Podstawa opodatkowania	Państwowa część skali	Autonomiczna część skali (Madryt)	Suma
do 12.450€	9,5%	8,5%	18%
12.450€ - 20.200€	12%	10,7%	22,7%
20.200€ - 35.200€	15%	12,8%	27,8%
35.200€ - 60.000€	18,5%	17,4%	35,9%
60.000€ - 300.000€	22,5%	20,5%	43%
Powyżej 300.000€	24,5%	20,5%	45%

## Podatek dochodowy od osób prawnych

	Wysokość stawki
Podstawowa stawka podatkowa	25%
Małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP), mikroprzedsiębiorstwa oraz podmioty o ograniczonej skali działalności, których roczny obrót netto w poprzednim roku podatkowym nie przekroczył 1 miliona euro.	23%
Spółki nowo utworzone, prowadzące działalność gospodarczą, w pierwszym okresie podatkowym, w którym ich podstawa opodatkowania jest dodatnia, oraz w kolejnym okresie podatkowym.	15%

**DOBRE  
PRAKTYKI  
ROZWOJU  
BIZNESU W  
HISZPANII**



# ODPOWIEDZ NA 10 PYTAŃ

Dlaczego rynek hiszpański?

01

06

...może tylko rozszerzyć moją obecność w Internecie?

Jakie są wyróżniki konkurencyjne moich produktów lub usług w odniesieniu do rynku hiszpańskiego?

02

07

Jaka jest optymalna struktura dystrybucji w Hiszpanii i czy potrzebny jest lokalny partner do rozpoczęcia sprzedaży?

Jakich zmian organizacyjnych w przedsiębiorstwie będzie wymagać otwarcie nowego rynku eksportowego?

03

08

Czy jestem w stanie finansowo utrzymać ekspansję zagraniczną?

Jaki wpływ na cenę końcową mają koszty transportu oraz jak krytyczny jest czas dostaw produktów do klienta?

04

09

W jakim stopniu produkty i usługi przeznaczone na rynek hiszpański spełniają lokalne procedury dopuszczeniowe i wymogi homologacyjne?

Jak daleko wymagane jest dopasowanie asortymentu do wymogów rynkowych oraz lokalnej kultury?

05

10

Jak nowe technologie oraz e-commerce wpłyną na eksport, kształtowanie się popytu oraz kanały dystrybucji?



# SPECYFIKA PROWADZENIA NEGOCJACJI BIZNESOWYCH W HISZPANII



*...dziel i zwyciężaj!*



*Preferencja dla ustnych uzgodnień  
– formalizacja później*



*Ukryte cele i intencje*



*Relacyjny model negocjacji*



*Proces wieloetapowy /  
przestrzeganie hierarchii*



*Konkurencyjny styl  
negocjacji z silną orientacją  
na cenę*

# PRAKTYCZNE WSKAZÓWKI PROWADZENIA NEGOCJACJI



**Przygotowanie negocjacji:** skuteczne negocjacje wymagają kompleksowego przygotowania, obejmującego wszystkie kluczowe elementy umowy: warunki cenowe, zasady płatności, Incoterms, logistykę, dokumentację oraz kary umowne. Rekomendowane jest prowadzenie negocjacji w ujęciu całościowym, obejmującym pełen zakres warunków kontraktowych.



**Agenda spotkania:** Kluczowym elementem przygotowania do negocjacji jest opracowanie agendy spotkania oraz precyzyjne określenie kompetencji i zakresu decyzyjności partnerów po stronie hiszpańskiej.



**Inteligencja emocjonalna:** Cierpliwość, inteligencja emocjonalna oraz umiejętne zarządzanie słowem 'nie' stanowią klucz do skutecznego prowadzenia negocjacji konfrontacyjnych i konkurencyjnych.



**Komunikacja po spotkaniu:** Niezbędnym elementem procesu negocjacyjnego jest sporządzenie protokołu ze spotkania zawierającego wszystkie uzgodnienia oraz jego dystrybucja do partnerów negocjacyjnych. Regularna komunikacja po spotkaniu wspiera skuteczną finalizację porozumienia.



**Interpretacja zachowań i komunikacja niewerbalna:** W kulturze biznesowej Hiszpanii komunikacja podczas spotkań bywa pośrednia – partnerzy rzadziej formułują jednoznaczne opinie, unikają przekazywania negatywnych informacji oraz przyznawania się do błędów, dbając o zachowanie twarzy.



**Etykieta biznesowa:** Profesjonalna etykieta w biznesie wymaga dbałości o właściwy wizerunek, terminowość, poszanowanie struktury decyzyjnej oraz kształtowanie relacji w oparciu o wzajemny szacunek i akceptację

# ŚWIADCZENIE USŁUG W HISZPANII (LEY 45/1999)



# MECHANIZMY ZABEZPIECZENIA W HANDLU Z HISZPANIĄ

	Przedpłata	Open Account	Factoring	Gwarancja bankowa	Akredytywa dokumentowa
Mechanizm	Importer dokonuje płatności (całociowej lub częściowej) przed wysyłką towaru.	Towar wysyłany, płatność po 30/60/90 dniach	Eksporter sprzedaje fakturę faktorowi (bankowi), który wypłaca większość kwoty przed terminem płatności.	Bank zobowiązuje się zapłacić określoną kwotę w przypadku niewywiązania się kontrahenta.	Bank importera zobowiązuje się zapłacić eksporterowi po przedstawieniu wymaganych dokumentów (faktura, list przewozowy, certyfikaty).
Poziom bezpieczeństwa	Bardzo wysoki dla eksportera	Niski bez dodatkowego zabezpieczenia	Wysoki przy braku regresu	Wysoki	Wysoki
Zalety	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brak ryzyka kredytowego.</li> <li>- Brak kosztów finansowych.</li> <li>- Natychmiastowa płynność.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Niski koszt</li> <li>- Wysoka konkurencyjność</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poprawa płynności.</li> <li>- Możliwość outsourcingu windykacji</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dodatkowe zabezpieczenie umowy.</li> <li>- Wysoka wiarygodność.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gwarancja bankowa zapłaty.</li> <li>- Redukcja ryzyka niewypłacalności kontrahenta.</li> </ul>
Wady	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mało akceptowalne dla nowych kontrahentów.</li> <li>- Może ograniczyć konkurencyjność oferty.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wysokie ryzyko, najlepiej łączyć z faktoringiem, ubezpieczeniem lub monitoringiem należności</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Koszt finansowy</li> <li>- Wymagana ocena kontrahenta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Koszt bankowy.</li> <li>- Procedura formalna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wysoki koszt</li> <li>- Wysoki formalizm dokumentacyjny.</li> <li>- Ryzyko odmowy płatności przy błędach formalnych</li> </ul>
Zastosowanie	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pierwsza transakcja.</li> <li>- Małe zamówienia.</li> <li>- Rynki podwyższonego ryzyka</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Najczęściej stosowany w UE</li> <li>- Małe zamówienia z krótkim terminem płatności</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Handel z dużymi sieciami.</li> <li>- Długie terminy płatności (60–90 dni)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stosowana przy dużych projektach usługowych jako alternatywa depozytu gotówkowego</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Duże kontrakty.</li> <li>- Nowi partnerzy</li> </ul>



# WYWIADOWNIE GOSPODARCZE ONLINE W HISZPANII



- Raporty biznesowe 360°
- Raporty finansowe
- Raporty kredytowe
- Skonsolidowane bilanse oraz rachunki zysków i strat, przepływy pieniężne i wskaźniki finansowe
- Analizy rynkowe
- Usługa Monitoriza Plus (experian)
  - Dostęp do najbardziej kompleksowych informacji o zadłużeniach, w tym do baz Experian Bureau Empresarial (EBE), RAI oraz rejestru postępowań sądowych.
  - Możliwość zgłaszania zaległości do EBE w celu zwiększenia widoczności dłużników na rynku i poprawy skuteczności odzyskiwania należności.
  - Zintegrowany dostęp do wszystkich informacji i wskaźników, w tym szczegółowych danych dotyczących grupy kapitałowej, umożliwiających kompleksową analizę ryzyka.
  - Poszukiwanie potencjalnych klientów o niskim ryzyku niewypłacalności, dopasowanych do profilu działalności.

# HISZPANIA HUB OPERACYJNY I PLATFORMA SKALOWANIA

**80% inwestycji  
bezpośrednich**



## Kluczowe motywacje

### Dostęp do rynku europejskiego (główny czynnik)

Hiszpania jest wykorzystywana jako brama do UE.  
Umożliwia działanie w ramach regulacji europejskich oraz dostęp do szerokiego rynku z jednej bazy operacyjnej.

### Platforma globalna (nie tylko Europa)

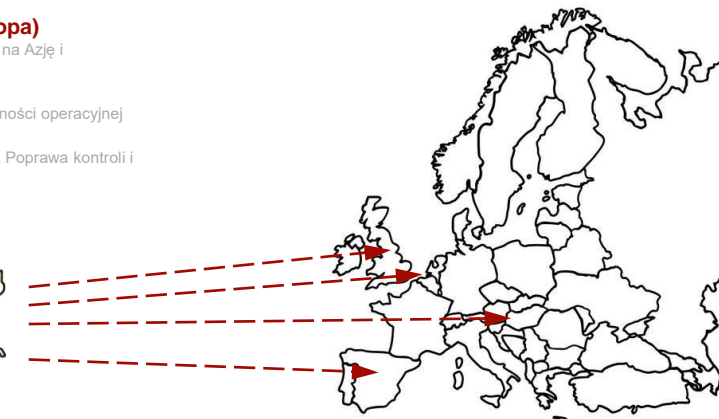
Spółki zależne w Hiszpanii służą również ekspansji na Azję i Bliski Wschód

### Redukcja kosztów i ryzyk

Minimalizacja kosztów transakcyjnych, regulacyjnych, złożoności operacyjnej

### Optymalizacja organizacyjna

Wykorzystanie struktur wielopoziomowych (spółki pośrednie). Poprawa kontroli i efektywności ekspansji międzynarodowej



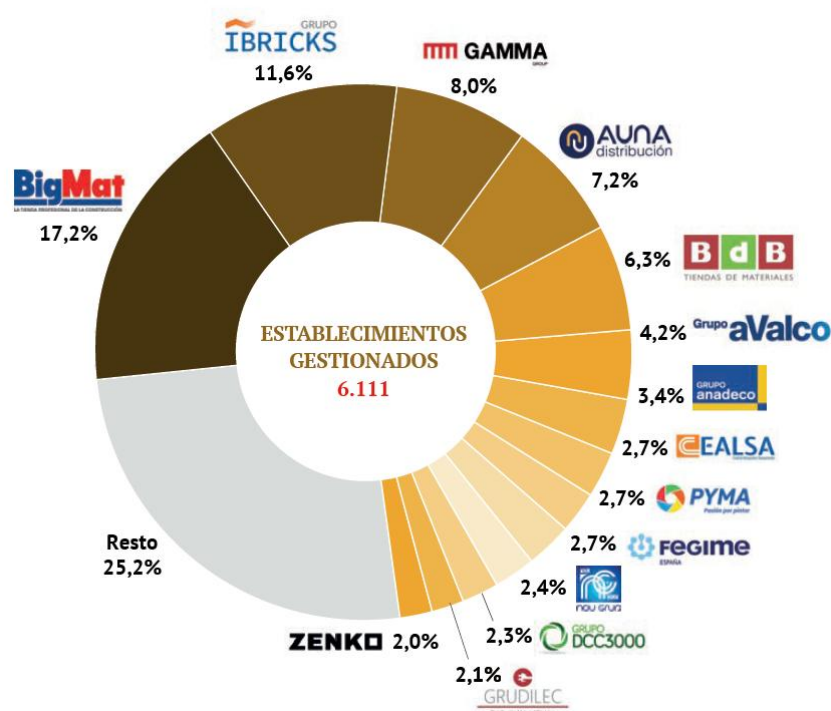
powiązanie kulturowe i historyczne

strategiczny węzeł logistyczny

węzeł połączeń wewnątrz europejskich

centrum dystrybucji i koordynacji europejskiej

# CHEMIA BUDOWLANA I PRZEMYSŁOWA



W Hiszpanii istnieje 31 grup zakupowych, które oferują produkty chemii budowlanej. Centrale charakteryzują się obrotami w przedziale od 10 mln do 1,996 mld euro oraz sieciami obejmującymi od 12 do 1.049 punktów sprzedaży, obejmujących swoim zasięgiem całe terytorium Hiszpanii.

- **Dostęp do szerszego rynku:** Centrale zakupowe współpracują z szeroką siecią dystrybutorów, co umożliwia skuteczne dotarcie do nowych segmentów rynku oraz efektywne poszerzenie bazy klientów.
- **Optimalizacja kosztów sprzedaży:** Konsolidacja transakcji za pośrednictwem central zakupowych pozwala znacząco obniżyć koszty operacyjne, takie jak czas i zasoby poświęcone na indywidualne negocjacje, procesy fakturowania oraz obsługę klienta.
- **Lepsze zrozumienie popytu:** Współpraca z centralami zakupowymi zapewnia wyższą transparentność rynku oraz lepszą możliwość przewidywania potrzeb klientów, co umożliwia precyzyjne planowanie produkcji i optymalne zarządzanie zapasami produktów dedykowanych na rynek hiszpański.

# KANAŁY DYSTRYBUCJI

## SKLEPY DETALICZNE



51,5% obrotu rynku detalicznego



# KANAŁY DYSTRYBUCJI

## MERCASA - 24 GIEŁDY HANDLOWE



- |               |                |
|---------------|----------------|
| Mercalgeciras | Mercalaspalmas |
| Mercalicante  | Mercaleón      |
| Mercasturias  | Mercamadrid    |
| Mercabadajoz  | Mercamálaga    |
| Mercabarna    | Mercamurcia    |
| Mercabilbao   | Mercapalma     |
| Mercacórdoba  | Mercasalamanca |
| Mercagalicia  | Mercasantander |
| Mercagranada  | Mercasevilla   |
| Mercairuña    | Mercatenerife  |
| Mercajerez    | Mercavalencia  |
|               | Mercazaragoza  |

**55%**

**Owoców i warzyw**

**3000+**

**Hurtowni**

# OGÓLNE RAMY PRAWNE STOSOWANE DO PRODUKTÓW KOSMETYCZNYCH

1)



Dopasowanie opakowań oraz ulotek do wymogów rynku hiszpańskiego



Powiadomienie na portalu CPNP o wprowadzaniu produktów kosmetycznych do Hiszpanii



2)

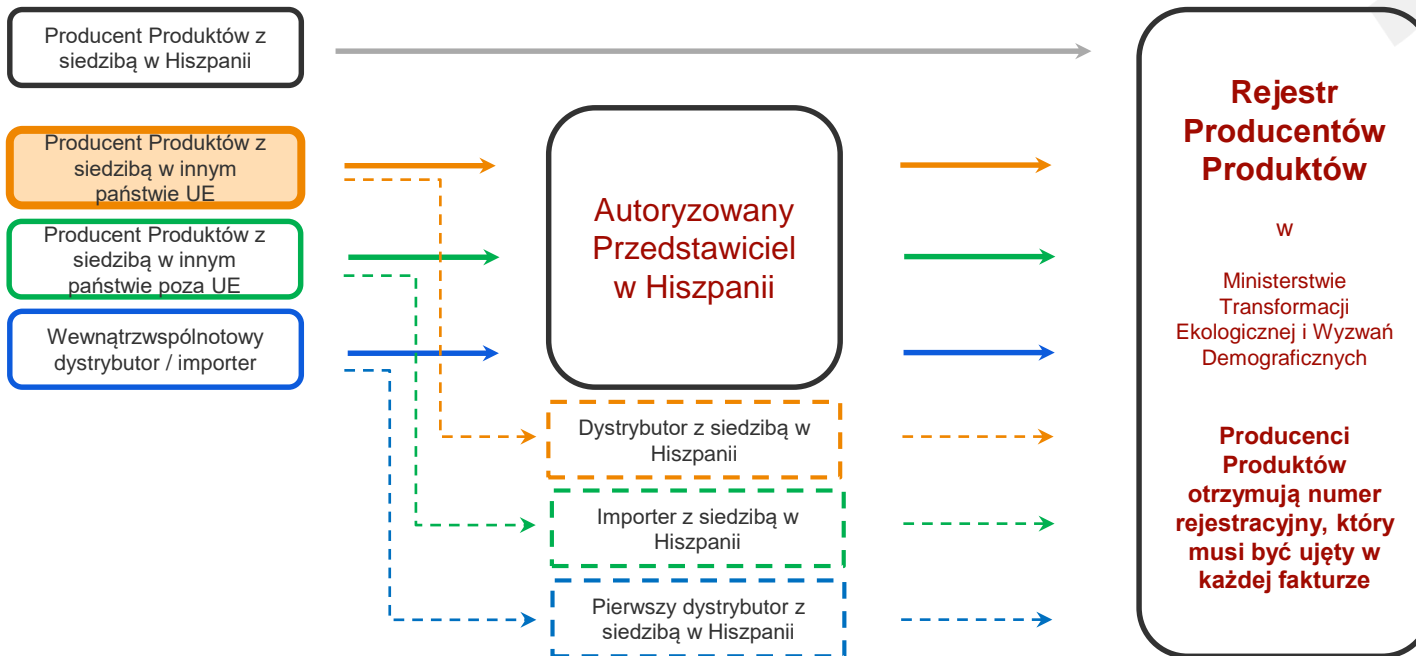
Polski producent kosmetyków może być podmiotem odpowiedzialnym za wprowadzenie produktu kosmetycznego na rynek

3)



Dystrybucja w kanale aptecznym wymaga nadania kosmetykom kodu rejestracyjnego w celu realizacji i automatyzacji zamówień

# REJESTR PRODUCENTÓW PRODUKTÓW



# STRUKTURA SPRZEDAŻY

- Ograniczona lub brak kontroli nad marką i jej pozycjonowaniem
- Asortyment sprzedażowy uzależniony od dystrybutora
- Wysokość obrotów uzależniona od organizacji sprzedażowej dystrybutora
  - Niższe marże



Dystrybutor indywidualny / ekskluzywny

- Prosty model współpracy: logistyka, wsparcie marketingowe, obsługa zamówień
- Nie jest wymagana infrastruktura logistyczna w Hiszpanii, którą zapewnia dystrybutor
- Mniejsze zaangażowanie zasobów ludzkich oraz prostsza komunikacja
- Krótszy czas dostępu do rynku



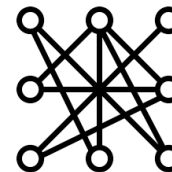
- Ograniczona kontrola nad działalnością sprzedażową
- Rozbudowana struktura logistyczna / potrzeba magazynu w Hiszpanii
- Większe zaangażowanie zasobów organizacyjnych po stronie eksportera



Agent handlowy

- Dostęp do klienta końcowego / odbiorcy
- Możliwość zbudowania regionalnej organizacji sprzedażowej
- Większa kontrola nad marką i jej pozycjonowaniem
- Większa kontrola nad marżą oraz brak kosztów stałych zasobów ludzkich w Hiszpanii

- Potrzeba założenia formy prawnej
- Infrastruktura logistyczna zorientowana na obsługę rynku w Hiszpanii
- Dedykowane zasoby organizacyjne: sprzedażowe, posprzedażowe i logistyczne



Sieć dystrybutorów

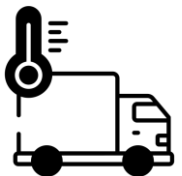
- Pełna kontrola nad marką
- Własna baza klientów
- Długoterminowo wyższa rentowność
- Zarządzanie sprzedażą

# LOGISTYKA - KLUCZ DO SUKCESU



## Czas dostaw z Polski

- samochód ciężarowy: 3 dni
- wysyłki paletowe: 7 dni
- drop shipment: 3-4 dni



## Specjalne wymogi

- transport z zachowaniem łańcucha chłodniczego
- transport elementów gabarytowych
- transport zwierząt



## Koszty

- wpływ na cenę jednostkową
- minimum logistyczne
- logistyka off-shore



## Monitorowanie przesyłek

- załadunek
- przeładunek
- rozładunek



## Operator logistyczny e-commerce

- magazynowanie
- przygotowywanie zamówień
- wysyłka
- logistyka zwrotów



DZIĘKUJEMY  
ZA UWAGĘ

# KONWERSJA W HISZPAŃSKIM E-COMMERCE

## 1) Prosta i atrakcyjna finalizacja

### zakupu

51  
%

Czas  
realizacji



3,4 dni  
wysyłka  
standardowa



4,7 dni  
max. czas  
realizacji

63  
%

Koszt  
dostawy



15€ 5.00€



50€ 5.70€



150€ 7.60€

29  
%

Opcje  
dostawy



10:00 – 20:00



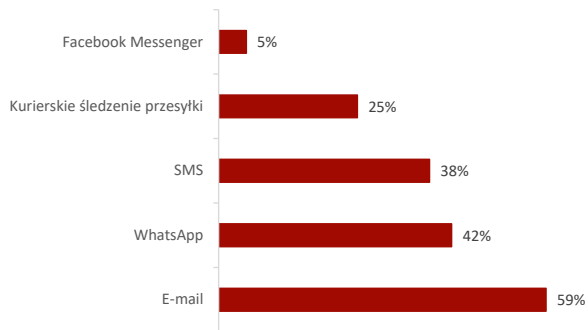
14%



21%

## 2) Śledzenie przesyłki

### Sposoby śledzenia przesyłek



### Status przesyłki



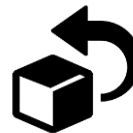
44%



36%

## 3) Polityka zwrotów

67% kupujących nawet nie rozważa złożenia zamówienia, jeśli nie ma dostępnych informacji na temat polityki zwrotów.



Łatwy dostęp do polityki zwrotów oraz ich prosta realizacja



Dla 57% kupujących online koszt zwrotów jest decydujący przy podejmowaniu decyzji zakupowej.







14 dni ≤ zwrot ≤ 30 dni

# KONWERSJA W HISZPAŃSKIM E-COMMERCE (II)

## 4) Zakupy w zagranicznych witrynach e-commerce

66% e-konsumentów dokonało przynajmniej jednego zakupu w ciągu 2025 zakupu w zagranicznej witrynie. Co zniechęca hiszpańskich konsumentów do zakupów online za granicą:

-  49% Za wysokie koszty wysyłki
-  42% Trudności przy zwrocie produktów
-  40% Dodatkowe opłaty celne (import do UE)
-  35% Długi czas dostawy

## 5) Rady i wskazówki



Koszty wysyłki powinny być jak najniższe a informacja o nich przejrzysta dla kupującego. W ofercie powinien zostać określony próg wartości przy wysyłce gratis.



Hiszpańscy e-konsumenty są skłonni zapłacić więcej za krótszy czas wysyłki i dokładne określenie godziny dostawy. Wybierają witryny z krótszym czasem realizacji zamówienia. Oferta wysyłki i dostarczenia powinna zawierać kilka opcji do wyboru przez e-konsumenta.



Większość e-konsumentów ma swoje preferencje co do wyboru serwisu kurierskiego. W ofercie powinny się znaleźć różne firmy kurierskie w celu zaoferowania wyboru klientom i przez to zwiększenia konwersji.



Hiszpańscy e-konsumenty chcą być informowani na bieżąco o realizacji wysyłki za pomocą e-maili lub WhatsApp-ów, również kiedy występuje opóźnienie.



Polityka zwrotów może przesądzić o sukcesie sklepu online, powinna być zrozumiała, prosta i w miarę możliwości gratis. Korzystna dla e-konsumenta polityka zwrotów z pewnością zwiększy ich ilość ale również konwersje wizyt w witrynie



Wysoka świadomość ekologiczna e-konsumentów wymaga dopasowania paczek i opakowań kartonowych do wielkości produktu oraz zapewnienia ich utylizacji.

# UX – USER EXPERIENCE DESIGN W HISZPAŃSKIM E-COMMERCE

Minimalistyczny design, szybkość (ładowanie i przekaz), jasna kompozycja,

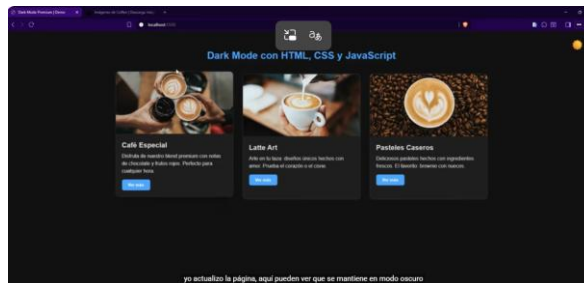
Máximo rendimiento

El dispositivo Surface más potente hasta la fecha, Surface Book 3 ofrece la versatilidad de un portátil, tablet y equipo portátil

Comprar ahora >



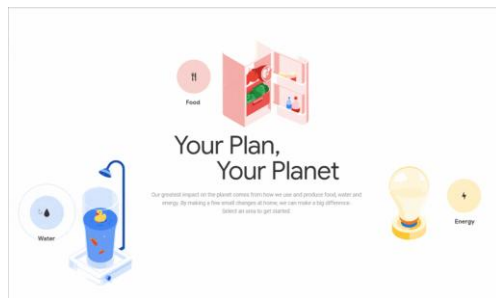
Adaptacyjny tryb wyświetlania i czytania



Strony projektowane przez AI



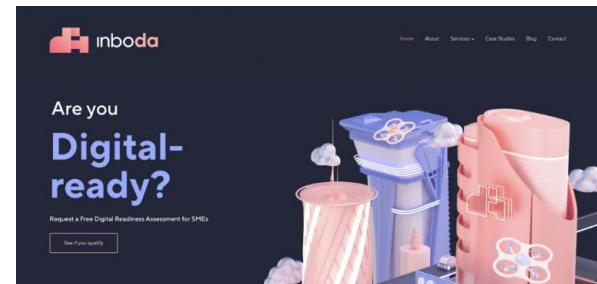
Strony internetowe jako żywa marka



Strony konwersacyjne z funkcją prowadzenia użytkownika

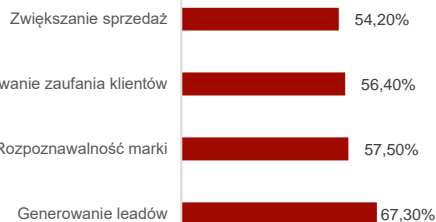


Animacje 3D oraz wirtualna rzeczywistość



# MARKETING TREŚCI W HISZPAŃSKIM E-COMMERCE

## Cele strategii marketingu treści



**Cele marketingu treści**

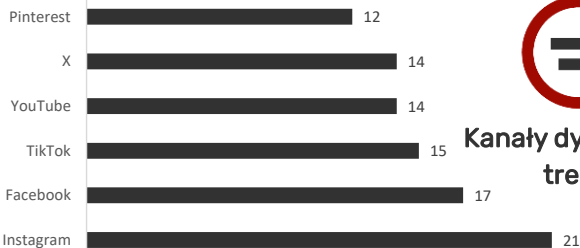
Płeć, wiek, cele, nawyki,  
punkty bólu, itd.



**Bezpośredni i pośredni adresaci**

- Ultra-realistyczne i autentyczne wideo
- Edukacyjne treści w krótkiej formie
- Interaktywne historie
- Wyzwania z własnym, unikalnym charakterem
- Opinie i rekomendacje w formie wideo
- Storytelling w formacie serialu
- Współpraca z mikro- i nano-influencerami
- Treści w rozszerzonej rzeczywistości

## Najbardziej efektywne kanały dystrybucji treści w Hiszpanii (min/dziennie)



**Kanały dystrybucji treści**

**Strategia marketingu treści**

**Format treści**



**Pomiar efektywności**



Najczęściej stosowane wskaźniki pomiaru sukcesu

