

oferta współpracy

Social Media 2016 r.

Publikacja 18 lipca 2016 r

Patroni medialni:



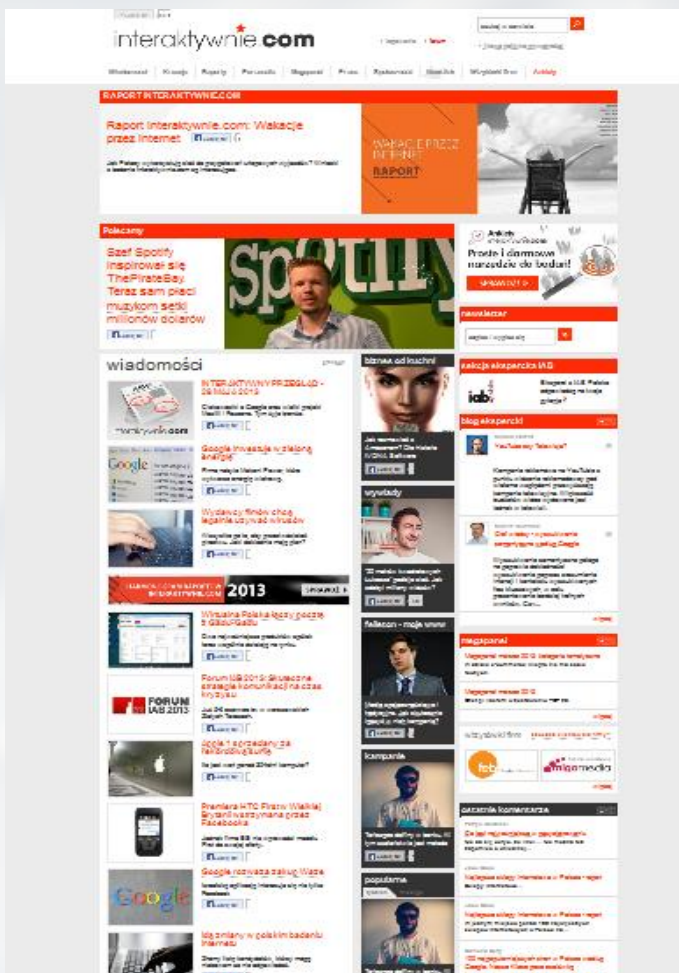
interia

MARKETER+

**o portalu
interaktywnie.com**

dlaczego interaktywnie.com

interaktywnie.com



Interaktywnie.com to specjalistyczny portal informacyjny skierowany przede wszystkim do osób pracujących w branży internetowej oraz tych, którzy się nią pasjonują.

To bogate merytorycznie internetowe medium tematyczne z codziennie aktualizowanymi, autorskimi newsami, raportami branżowymi z rynku polskiego i międzynarodowego, prognozami, wywiadami oraz komentarzami ekspertów.

Redakcja przygotowuje **cykliczne, obszerne, profesjonalne raporty branżowe, dystrybuowane do dedykowanej grupy odbiorców**. Wśród nich są specjaliści zarejestrowani w Interaktywnie.com. Są to szczegółowe opracowania dotyczące poszczególnych segmentów rynku internetowego i zmian, które na nim zachodzą.

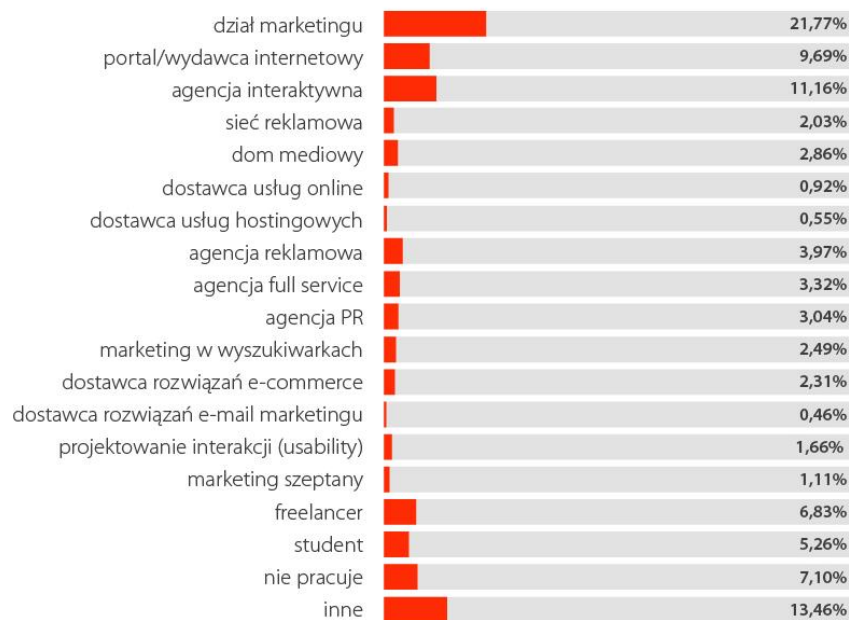
Statystyki serwisu*:

- **117 670** Unikalnych Użytkowników / miesiąc
- **253 962** odsłon stron / miesiąc

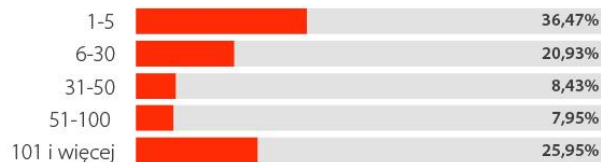
*Źródło: Google Analytics, styczeń 2016

Profil użytkownika Interaktywnie.com

Zawód/branża:



Liczba pracowników w firmie:



65%* użytkowników
Interaktywnie.com podejmuje decyzje
lub ma głos doradczy w zakresie
lokowania budżetu reklamowego bądź
wyborze firmy, która zrealizuje działania
marketingowe.



Źródło: „Megapanel PBI/Gemius, próba: sierpień 2012”.

* Badanie przeprowadzone w dniach 11 grudnia 2012 – 7 stycznia 2013 roku na użytkownikach Interaktywnie.com

dla czego warto reklamować się w Interaktywnie.com?

interaktywnie[★].com

1. Szczegółowe analizy i prognozy dla branży – na portalu, a w szczególności w naszych raportach znajdują się obszernie teksty i zestawienia tabelaryczne, które wnikliwie analizują rynek.

Przyglądamy się branży interaktywnej przez pryzmat mobile, social mediów, e-commerce, pracy agencji, wideo w sieci czy bezpieczeństwa.

2. Unikalne rankingi i zestawienia – jako jedyni w Polsce przedstawiamy zestawienie przychodów agencji interaktywnych oraz cyklicznie w wielkim rankingu oceniamy sklepy internetowe.

3. Komentarze ekspertów – nasze teksty są oparte na wiedzy i doświadczeniu profesjonalistów z branży, którzy w merytoryczny sposób wyjaśniają najtrudniejsze kwestie i w fachowy sposób doradzają zarówno konsumentom, jak i firmom.

4. Zawsze aktualne – zawsze odnosimy się do aktualnych wydarzeń i trendów w Polsce i na świecie.

5. Szeroki zasięg – wsparcie największych polskich serwisów internetowych: Gazeta.pl, WP.pl, Interia.pl gwarantuje nam dotarcie do milionów polskich Użytkowników internetu, a promocja raportów mediach branżowych Marketer+, Marketing w Praktyce daje możliwość dotarcie do branży marketingowej.



dlaczego warto reklamować się w Interaktywnie.com?

interaktywnie[★].com

- 6. Prezentacje firm** – na portalu eksponujemy prezentacje agencji interaktywnych, firm usługowych i produktów internetowych, które skutecznie wspierają działanie wielu przedsiębiorstw.
- 7. Najwyższa jakość publikacji** – dzięki doświadczonym i dociekliwym redaktorom Interaktywnie.com artykuły oraz raporty są profesjonalnie tworzone przez kompetentny zespół, jednocześnie zaś pozostają stylistycznie przystępne dla czytelnika spoza branży.
- 8. Zawsze bezpłatnie** – artykuły, wywiady oraz raporty udostępniamy zupełnie za darmo w formie PDF do pobrania.
- 9. Atrakcyjna forma graficzna** – dokładamy wszelkich starań, aby treści prezentowane na portalu oraz raporty były estetyczne, przejrzyste i czytelne.
- 10. Cykliczność** – utrzymujemy ścisłą regularność w publikowaniu treści ujętych w stałe cykle, a nasze raporty ukazują się średnio dwa razy w miesiącu. Każdy z nich dedykowany jest innej dziedzinie branży internetowej.

**Redakcja
Interaktywnie.com**



Tomasz Bonek

prezes zarządu i redaktor naczelny

- Z mediami związany jest prawie od 20 lat, najpierw z prasą codzienną, następnie telewizją, a później internetem.
- Przez jedenaście lat tworzył i kierował - jako redaktor naczelny - redakcją portalu Money.pl oraz serwisów life-style Grupy Money. Był członkiem Rady Dyrektorów tej firmy, któremu podlegały także zespoły public relations i marketingu.
- Jest współautorem poradników o biznesie internetowym, wydanych nakładem Wolters Kluwer: „Biznes w internecie”, „Biznes na Facebooku”, „Internet dla seniora”.
- Od lat wdraża i rozwija z sukcesem nowe przedsięwzięcia internetowe i wykłada na Uniwersytecie Wrocławskim. To także ekspert od reklamy natywnej, content marketingu, mediów społecznościowych, strategii PR w sieci, doświadczony trener i autor szkoleń.



Marta Smaga

Dyrektor ds. Rozwoju

- Obecnie członek zarządu w firmie Tomasz Bonek Marta Smaga Spółka z o.o., zajmującej się kompleksową realizacją projektów internetowych.
- Wcześniej, przez 10 lat, najpierw jako project manager, a następnie dyrektor działu rozwoju i technologii, odpowiadała za największe projekty internetowe Grupy Money.pl, od opracowania ich strategii, przez implementację w Internecie, pozyskiwanie ruchu z Google, po rozwój pozwalający na osiągnięcie zysków.
- Razem z Tomaszem Bonkiem wydała serię poradników biznesowych, które ukazały się nakładem Wolters Kluwer. Na Uniwersytecie Wrocławskim prowadzi zajęcia z zarządzania projektami internetowymi, webdesignu, PR-u w internecie. Od lat jest publicystką Interaktywnie.com.



Bartosz Chochołowski

- Z branżą internetową związany jest od dziesięciu lat, natomiast z mediami od 18. Obecnie prowadzi firmę zajmującą się tworzeniem wysokiej jakości kontentu na potrzeby mediów oraz różnych instytucji, przede wszystkim finansowych.
- Przez dekadę zajmował się redagowaniem największego medium finansowego w Polsce - był zastępcą redaktora naczelnego portalu Money.pl. Prowadzi również zajęcia na Uniwersytecie Wrocławskim. Studentów uczy dziennikarstwa internetowego oraz PR-u w internecie a także dziennikarstwa ekonomicznego. Prowadzi również konferencje oraz szkolenia.
- Codziennie czyta setki e-maili od PR-owców, poszukuje informacji na stronach internetowych firm i urzędów. Efektem wieloletnich obserwacji są autorskie wnioski oraz dziesiątki praktycznych porad, dotyczących tego, jak za pomocą internetu kontaktować się z klientami, kontrahentami, udziałowcami, dziennikarzami, aby osiągnąć pożądaný efekt.



Bartłomiej Dwornik

- Dziennikarz i manager, od dwudziestu lat w branży medialnej i interaktywnej. Zarządza projektami internetowymi w firmie Tomasz Bonek Marta Smaga sp. z o.o., poprzednio przez ponad osiem lat był redaktorem i zastępcą redaktora naczelnego Money.pl, a po przejęciu portalu przez Grupę Wirtualna Polska, wicenaczelnym serwisów ekonomicznych Grupy.

- Pracował jako reporter i redaktor dolnośląskich dzienników, oraz jako project manager i front-endowiec w agencji interaktywnej Internet Designers. Realizował projekty dla takich marek jak Siemens, Lucas Bank (dziś Credit Agricole), Europejski Fundusz Leasingowy, Cityboard Media czy Eurocamp. Odpowiadał też za internetową strategię i PR marki turystycznej Bergson.



Kaja Grzybowska

- Z mediami internetowymi związana od czterech lat. Współpracowała z redakcjami takich serwisów jak Onet.Biznes.pl, Wyborcza.biz i NewConnect.info.
- Pracuje również jako copywriter, przygotowując teksty reklamowe dla kilku agencji marketingowych. Ukończyła filologię polską i rosyjską na Uniwersytecie Wrocławskim oraz studia podyplomowe z zakresu komunikacji społecznej.
- W Interaktywnie.com zajmuje się prowadzeniem serwisu oraz koordynuje prace nad raportami.

Zawartość raportu

Rdz. 1 Rynek social mediów i agencje, które go obsługują

- ✓ Jakimi kryteriami kierować się przy doborze agencji?
- ✓ Każda jest dobra we wszystkich social mediach czy są specjalizacje – np. tylko Facebook, albo wszystko, ale bez Snapchata itp.
- ✓ Czy współpraca z blogerami wciąż jest polecana czy może to już przemijający trend?
- ✓ Ile wart jest rynek reklamy w social mediach? Ile wart będzie?

Rdz. 2 Facebook krok po kroku

Techniczna strona reklamy na Facebooku:

- ✓ opis wszystkich dostępnych form reklamy i promocji z ich zaletami i wadami;
- ✓ która z form w jakich sytuacjach warta jest zastosowania.

Rdz. 3 Instagram krok po kroku

Techniczna strona reklamy na Instagramie:

- ✓ opis wszystkich dostępnych form reklamy i promocji z ich zaletami i wadami;
- ✓ która z form w jakich sytuacjach warta jest zastosowania.

Rdz. 4 LinkedIn krok po kroku

Techniczna strona reklamy na LinkedInie:

- ✓ opis wszystkich dostępnych form reklamy i promocji z ich zaletami i wadami;
- ✓ która z form w jakich sytuacjach warta jest zastosowania.

Rdz. 5 Twitter krok po kroku

Techniczna strona reklamy na Twitterze:

- ✓ opis wszystkich dostępnych form reklamy i promocji z ich zaletami i wadami;
- ✓ która z form w jakich sytuacjach warta jest zastosowania.

Rdz. 6 Snapchat krok po kroku

Techniczna strona reklamy na Snapchacie:

- ✓ opis wszystkich dostępnych form reklamy i promocji z ich zaletami i wadami;
- ✓ która z form w jakich sytuacjach warta jest zastosowania.

**reklama
w raporcie**

PAKIET	ZAWARTOŚĆ	CENA NETTO
Sponsor na wyłączność - jeden sponsor raportu	• logotyp na okładce raportu z aktywnym linkiem • logotyp wraz z aktywnym linkiem na każdej stronie raportu • tekst promocyjny w raporcie (7500 znaków ze spacjami , max 4 obrazki) • 2 x 1 pełna strona reklamy w raporcie z aktywnymi linkami • wizytówka firmy w raporcie • logo na wszystkich kreacjach reklamowych promujących raport • możliwość opublikowania niestandardowej reklamy w raporcie wg własnego pomysłu	9 600 zł
Sponsor złoty	• logotyp na okładce raportu z aktywnym linkiem • logotyp wraz z aktywnym linkiem na każdej stronie raportu • tekst promocyjny w raporcie (7500 znaków ze spacjami , max 4 obrazki) • 2 x 1 pełna strona reklamy w raporcie z aktywnymi linkami • wizytówka firmy w raporcie • logo na wszystkich kreacjach reklamowych promujących raport	8 400 zł
Sponsor srebrny	• logotyp na okładce raportu z aktywnym linkiem • tekst promocyjny w raporcie (7500 znaków ze spacjami , max 4 obrazki) • 2 x 1 pełna strona reklamy w raporcie z aktywnymi linkami • wizytówka firmy w raporcie • logo na wszystkich kreacjach reklamowych promujących raport	7 300 zł
Sponsor brązowy	• logotyp na okładce raportu z aktywnym linkiem • tekst promocyjny w raporcie (7500 znaków ze spacjami , max 4 obrazki) • 1 pełna strona reklamy w raporcie z aktywnymi linkami • wizytówka firmy w raporcie • logo na wszystkich kreacjach reklamowych promujących raport	6 100 zł

Formaty statyczne w PDF	Cena Netto	Cena Netto z URL'em
1/4 strony	1 500 zł	1 800 zł
1/2 strony (pion)	1 900 zł	2 280 zł
1/2 strony (poziom)	1 900 zł	2 280 zł
2/3 strony	2 200 zł	2 640 zł
1 strona + logo na wszystkich kreacjach promujących raport	2 700 zł	3 240 zł
2 strony + logo na wszystkich kreacjach promujących raport	4 000 zł	4 800 zł
Artykuł promocyjny w raporcie (do 7500 znaków + max 4 obrazki) oraz wizytówka firmy	3 300 zł	-
Wizytówka firmy - cała strona A4 (logotyp i nazwa firmy, adres firmy, e-mail, strona www, telefon, wybrani klienci, opis działalności firmy (max 300 znaków)	2 000 zł	-
Wizytówka firmy – 1/2 strony A4 (logotyp i nazwa firmy, adres firmy, e-mail, strona www, telefon, wybrani klienci, opis działalności firmy (max 300 znaków)	1 000 zł	-

wizualizacja form reklamowych w raporcie

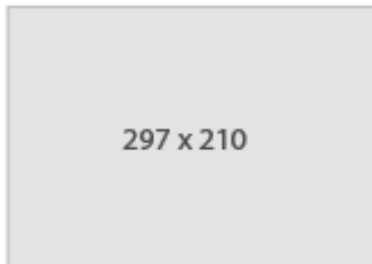
interaktywnie[★].com

Specyfikacja reklam:

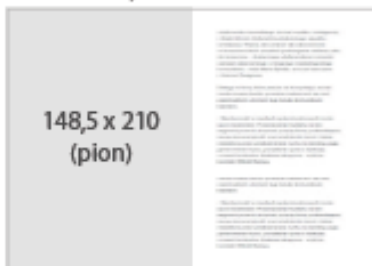
- rozdzielczość 300 dpi
- format .tif, .eps, .pdf, .ai, .cdr

(w przypadku formatów .eps, .cdr, .ai wszystkie czcionki należy zamienić na krzywe)

1 strona



1/2 strony



2/3 strony



1/4 strony



1/2 strony



ZAPRASZAM DO WSPÓŁPRACY

Kontakt:

reklama@interaktywnie.com

tel 697 395 858

Interaktywnie.com Sp. z o.o.

Ul. Oławska 17/6, III piętro

50-123 Wrocław

NIP: 898-215-19-79,

REGON: 020896541