



top
agrar POLSKA

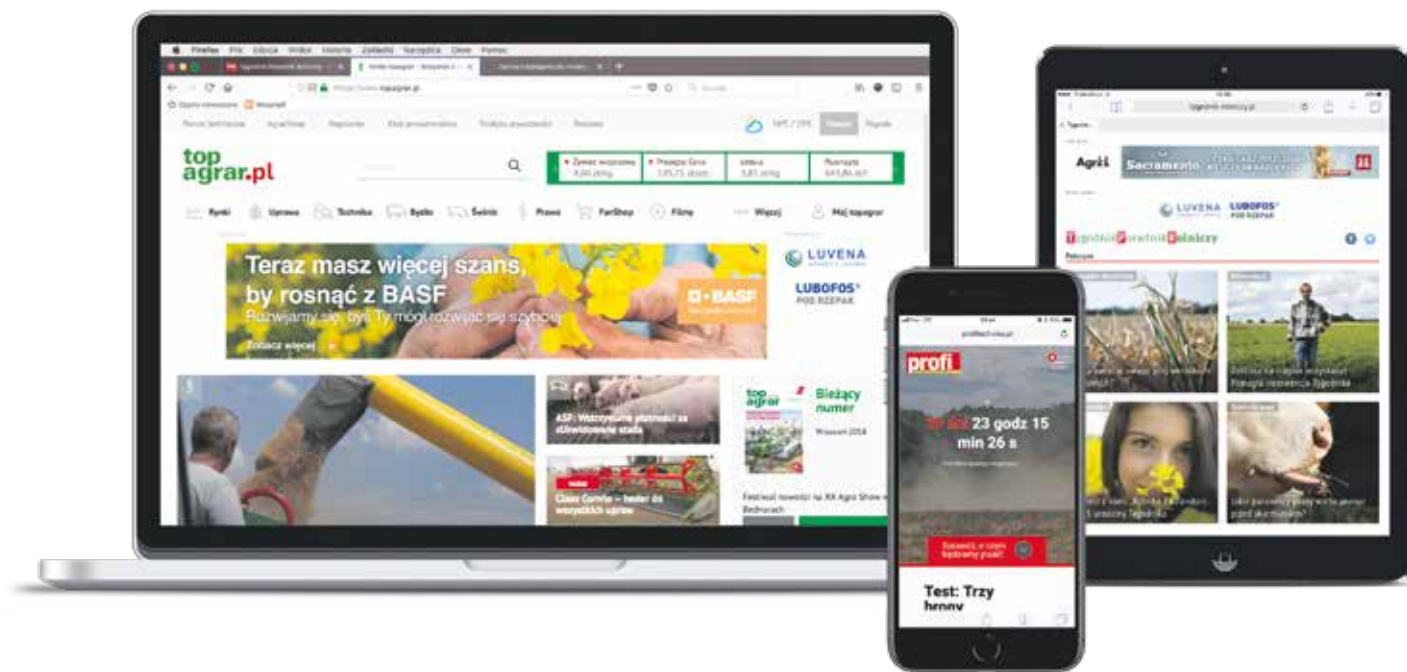
T Tygodnik
P Poradnik
R Rolniczy

profi
PROFESJONALNA TECHNIKA ROLNICZA

Elita
Dobry Hodowca

Pakiet portali – pakiet sprofilowanych korzyści





www.topagrar.pl oraz www.tygodnik-rolniczy.pl
to jedne z 4 najczęściej czytanych portali rolniczych

Średnia miesięczna ilość odostępów: **1 600 000** (sierpień – październik 2018).
Średnia miesięczna ilość użytkowników: **600 000** (sierpień–październik 2018).

W skali roku dla pakietu portali: **13 980 096 odstępów, 3 658 332 użytkowników**
(czerwiec – lipiec 2017).
Według badań Gemius współczynnictwo wynosi maksymalnie 20%.

Fanów na FB topagraru: **52 385** Tygodnika: **34 563** (27.08.2018).

Średnia łączna ilość dodawanych newsów na obu portalach miesięcznie: **500**
Ilość dostępnych filmów video na top agrar TV: **500** (27.08.2018)
Ilość wyświetleń video top agrar TV na YT: **6 706 929** (27.08.2018)
Główne sekcje tematyczne:
wiadomości, aktualności, prawo i pieniądze, rynki/notowania, uprawa,
maszyny rolnicze, bydło, trzoda, polskie mleko, dom i ogród, rodzina.

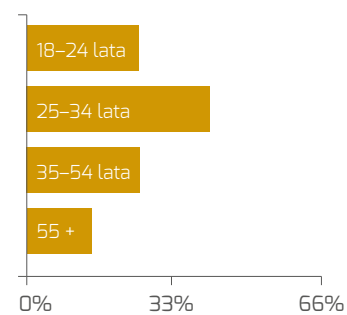
Suma wspólnych placementów reklamowych w pakiecie
na wszystkich 3 portalach – 90% powierzchni.

Portale dwóch wiodących tytułów rolniczych
www.topagrar.pl oraz www.tygodnik-rolniczy.pl
wraz z trzecim nowym portalem o tematyce
technicznej www.profittechnika.pl to doskonałe
uzupełnienie naszych drukowanych periodyków.

Bieżące informacje, filmy, video blogi, komentarze,
relacje to nasz sposób na maksymalizację
zasięgu i dotarcie do szerokiej grupy rolników
w różnym wieku.

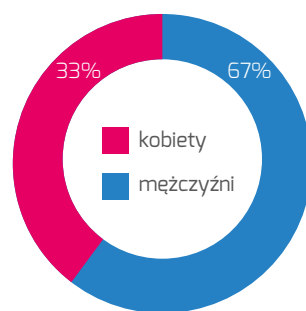


Demografia

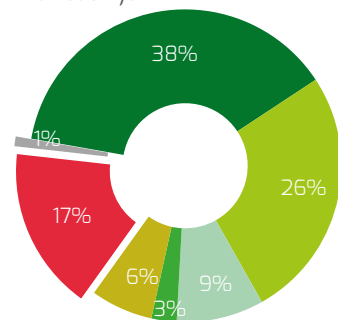


Dane z Google Analytics

Dane z badań przeprowadzonych dla Polskiego Wydawnictwa Rolniczego przez

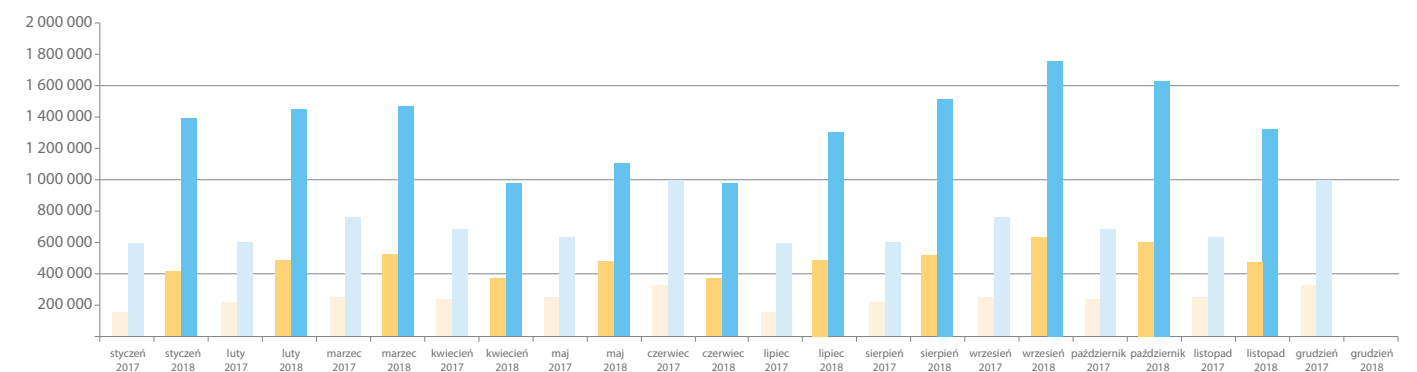


Korzystanie z Internetu w celach zawodowych



- Codziennie
- Raz w tygodniu
- Rzadziej
- Nie wiem, trudno powiedzieć
- Kilka razy w tygodniu
- Raz w miesiącu
- Nigdy

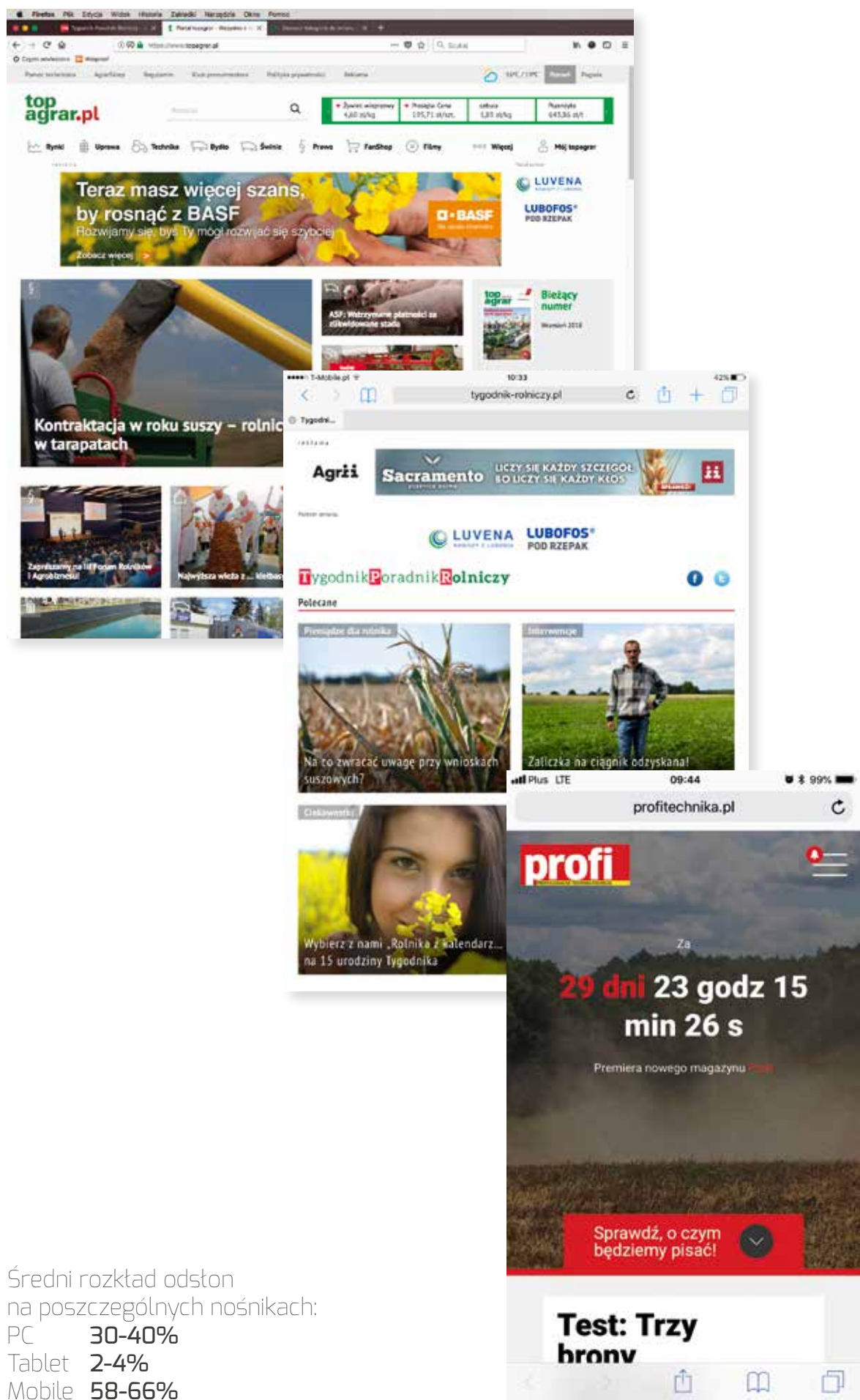
Wszystkie nasze strony są responsywne.
Współczynnik portali: 20% (badania Gemius, styczeń 2018).



Statystyki pakietu serwisów informacyjnych:
www.topagrar.pl + www.tygodnik-rolniczy.pl
Dane z Google Analytics

Unikalni użytkownicy
Odśledzone

Unikalni użytkownicy
Odśledzone



Średni rozkład odsetek
na poszczególnych nośnikach:

PC	30-40%
Tablet	2-4%
Mobile	58-66%

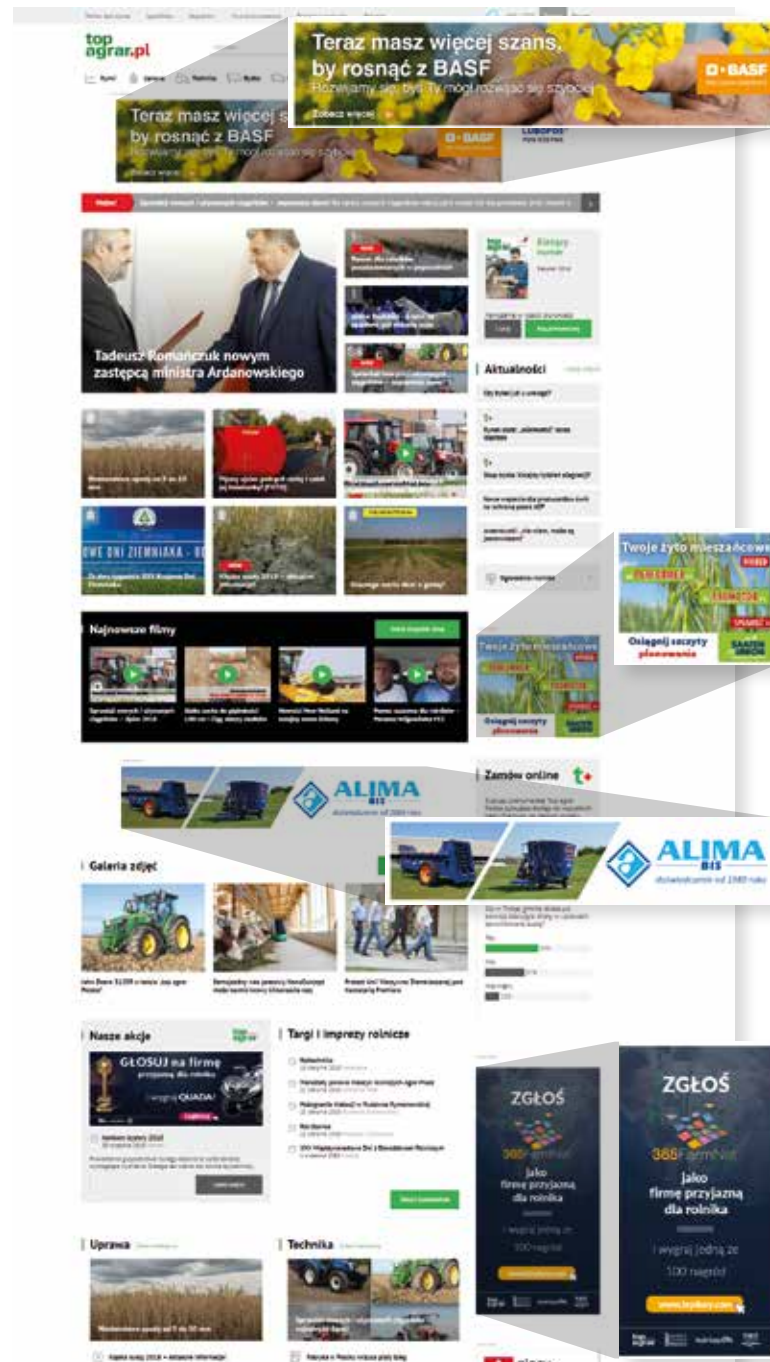


Przegląd efektywnych kampanii online

Home page

www.topagrar.pl

www.tygodnik-rolniczy.pl

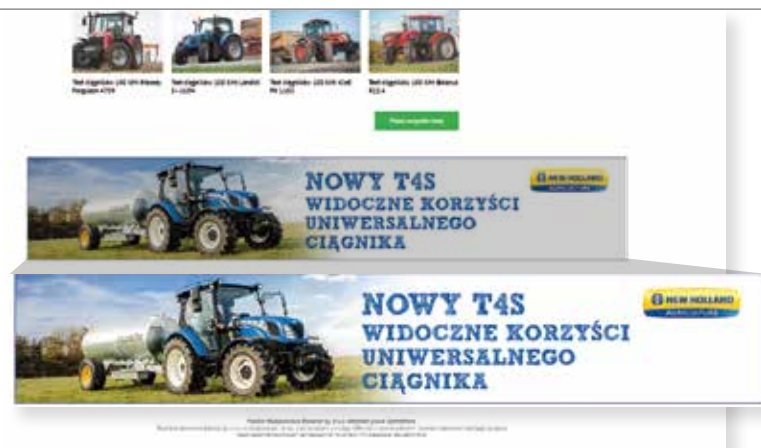


nagłówek, wyświetla się na wszystkich podstronach, możliwość targetowania na TAG, sekcję tematyczną

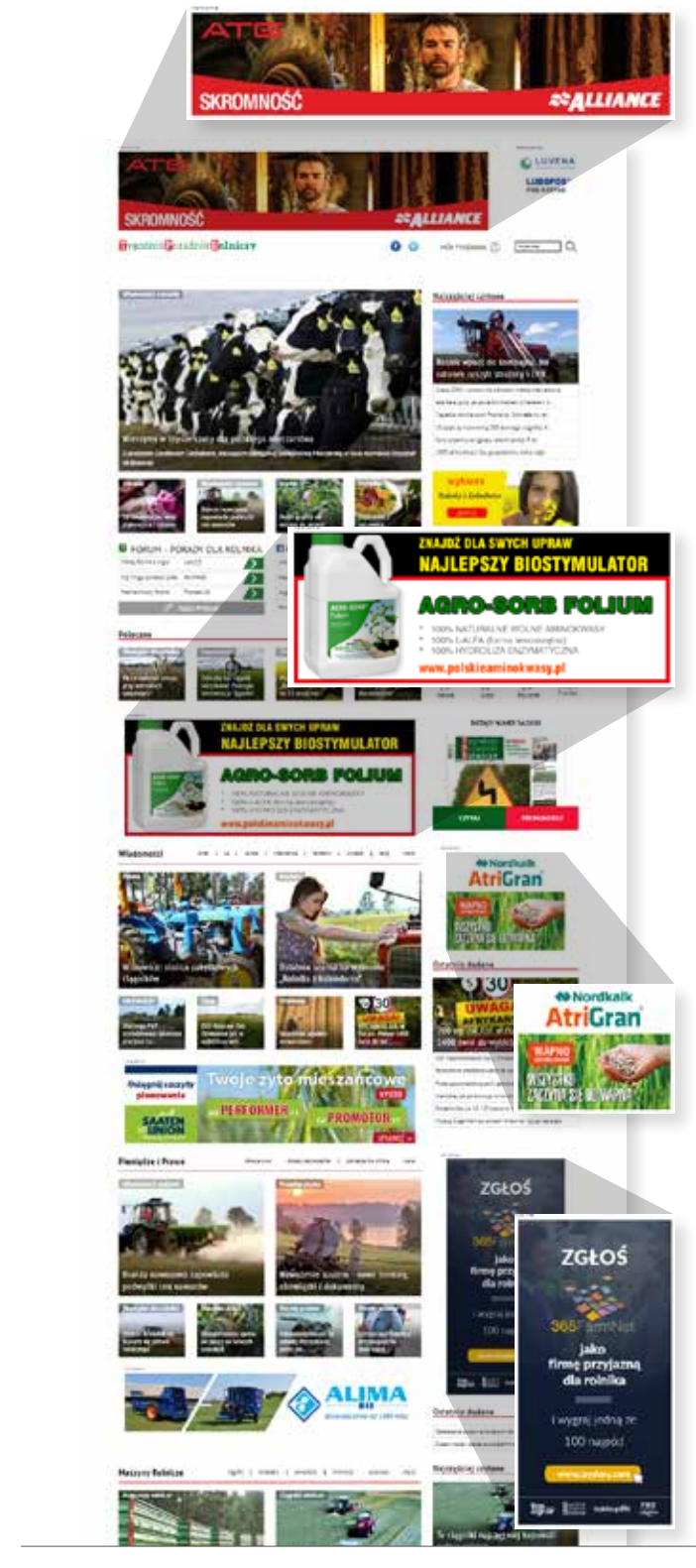
navibox po zewnętrznej prawej stronie

środkowa część nad sekcją tematyczną

half page po zewnętrznej prawej stronie



stopka, wyświetla się na wszystkich podstronach, możliwość targetowania na TAG, sekcję tematyczną



nagłówek, wyświetla się na wszystkich podstronach, możliwość targetowania na TAG, sekcję tematyczną

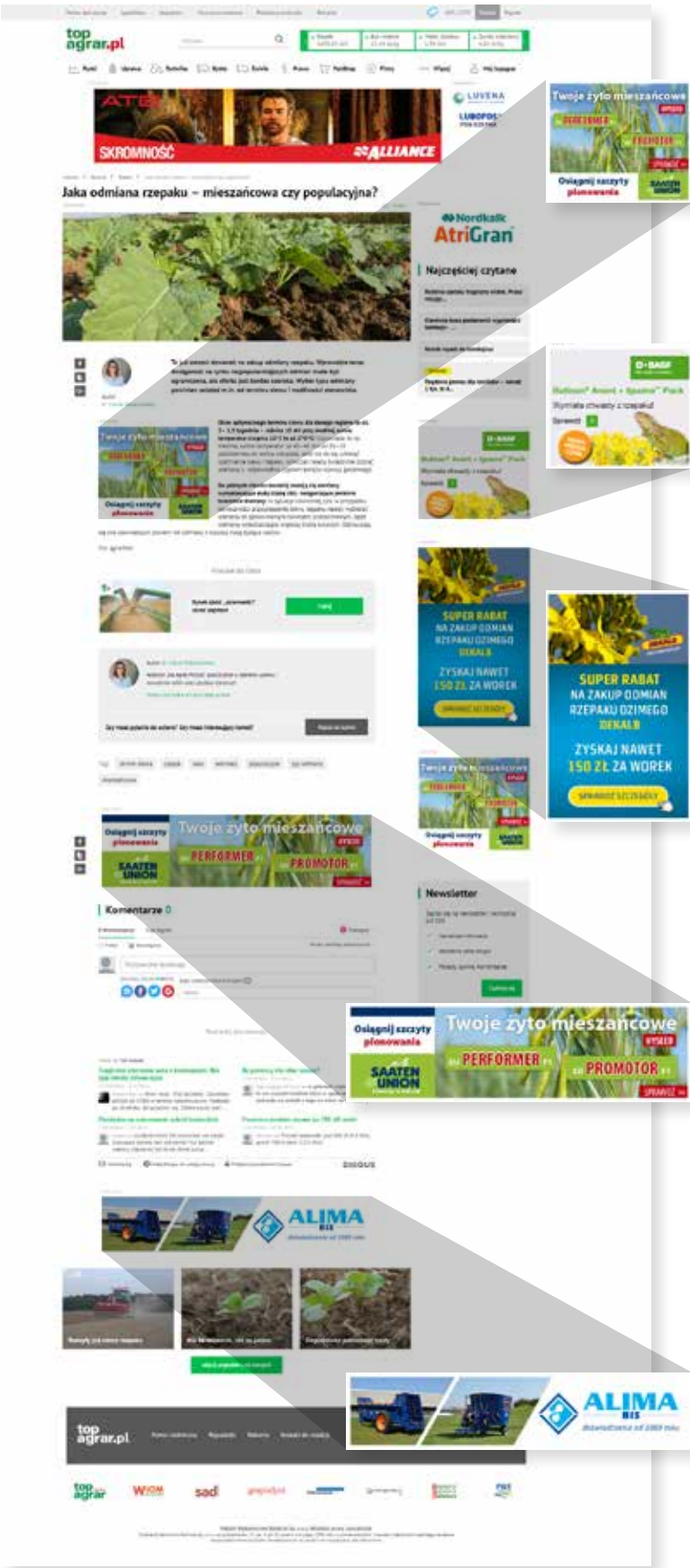
środkowa część nad sekcją tematyczną

navibox po zewnętrznej prawej stronie

half page po zewnętrznej prawej stronie



stopka, wyświetla się na wszystkich podstronach, możliwość targetowania na TAG, sekcję tematyczną



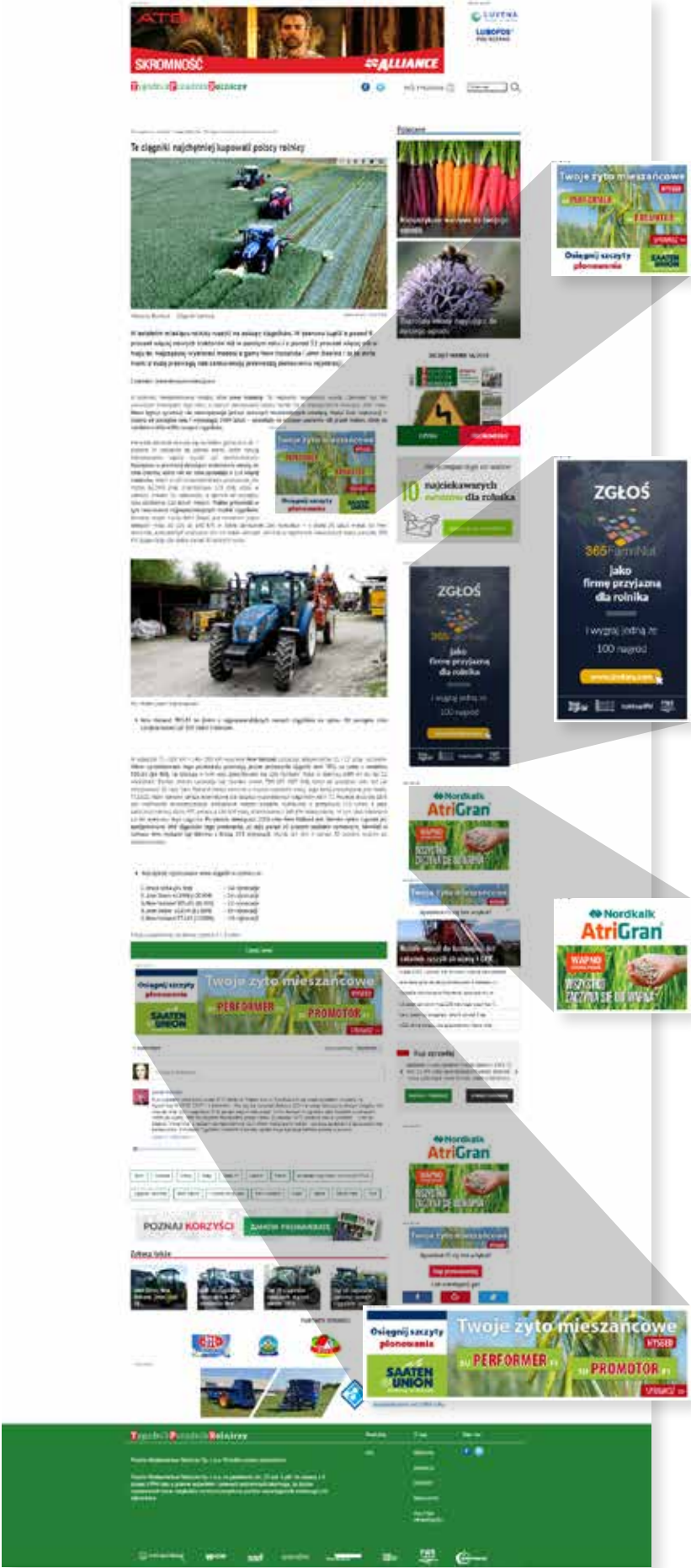
rectangle w treści artykułu z lewej strony

navibox po zewnętrznej stronie

half page po zewnętrznej stronie

banner pod artykułem

banner pod komentarzem



rectangle w treści artykułu z prawej strony

half page po zewnętrznej stronie

navibox po zewnętrznej stronie

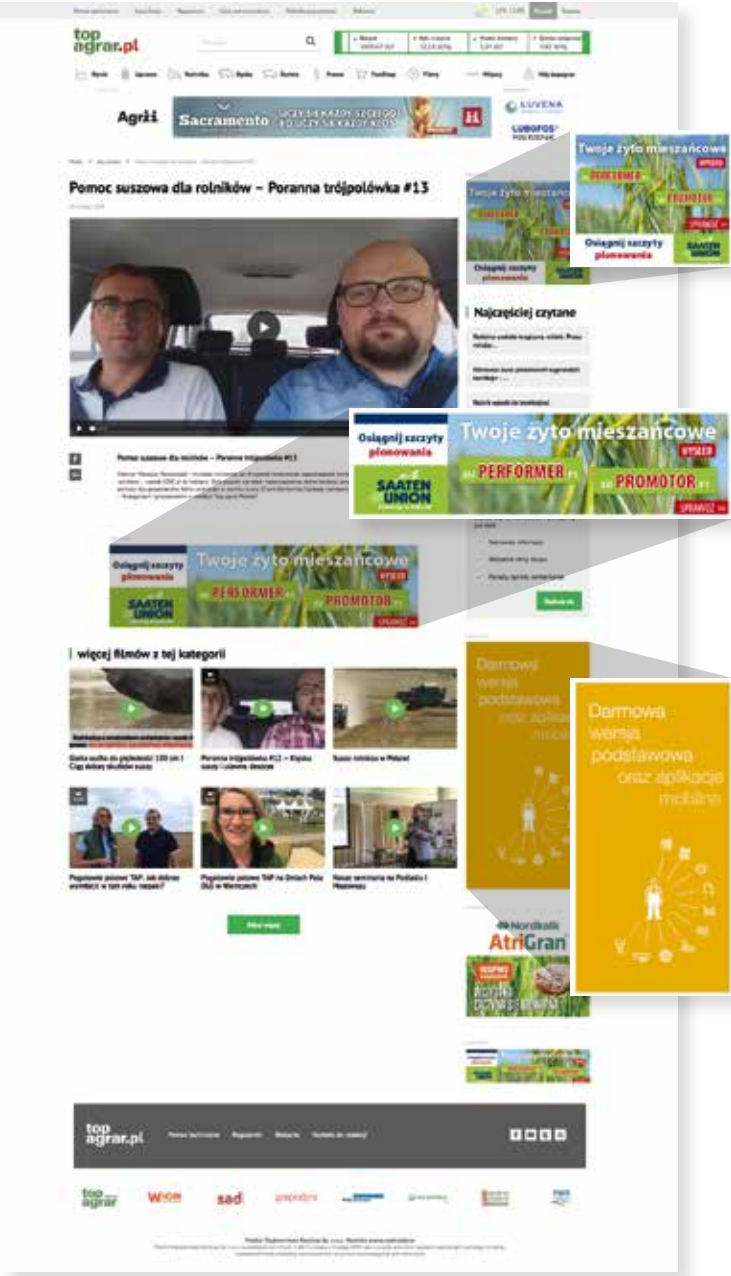
banner pod artykułem



navibox po zewnętrznej stronie

half page po zewnętrznej stronie

środkowa część nad sekcją tematyczną



navibox po zewnętrznej stronie

środkowa część nad sekcją tematyczną

half page po zewnętrznej stronie

Poranna trójpółowka



Vlogi redaktorów



Pogotowie polowe



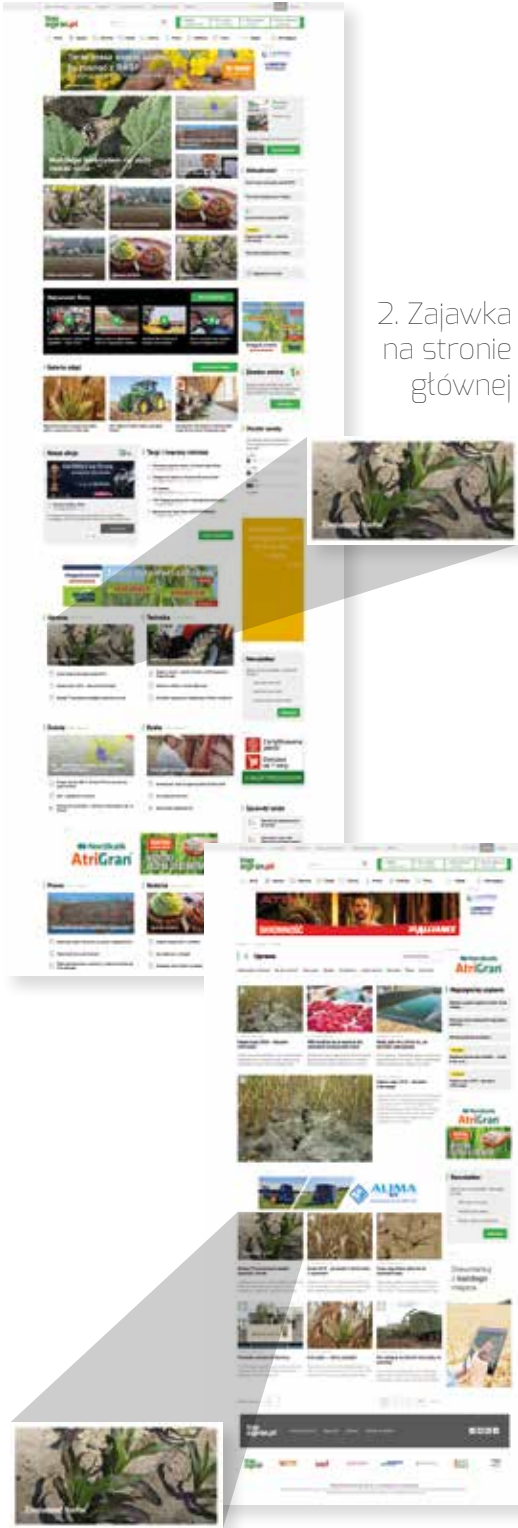
Reportaże, wywiady, newsy



Publikacja specjalna



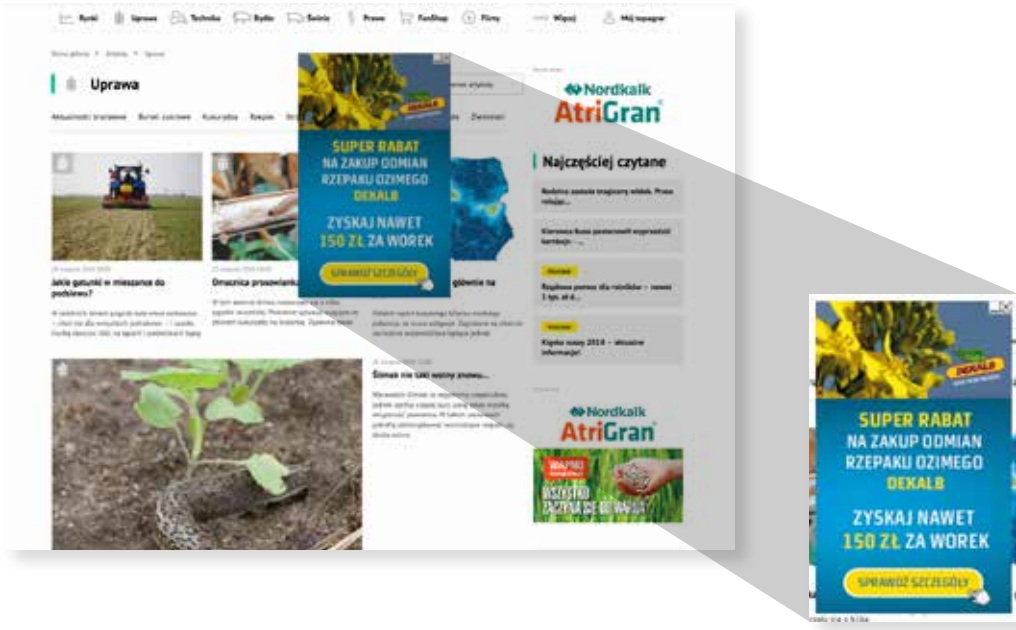
1. Publikacja specjalna na portalu



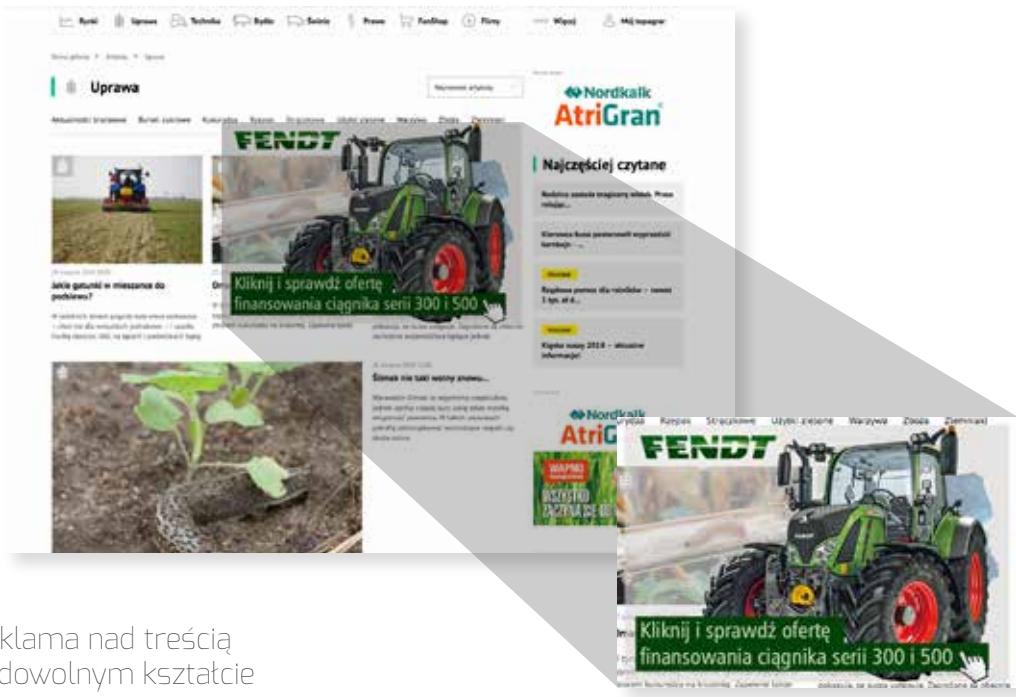
2. Zajawka na stronie głównej

3. Zajawka w sekcji tematycznej

Brandmark, toplayer



reklama nad treścią prostokąt



reklama nad treścią o dowolnym kształcie

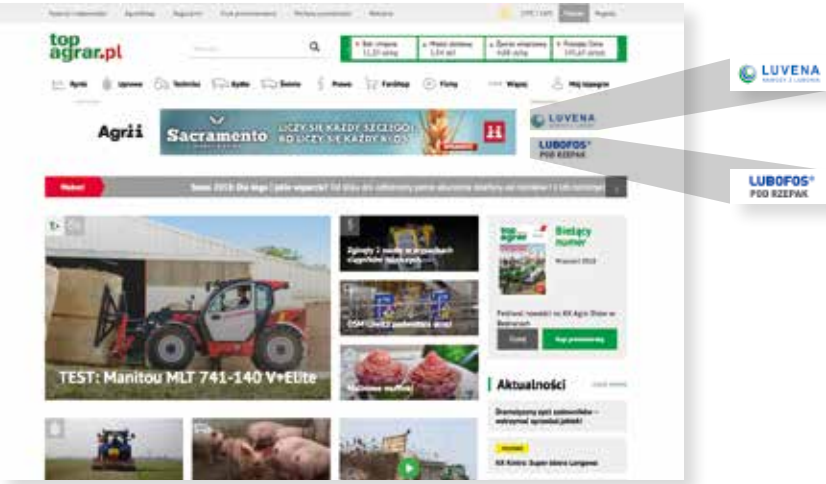
publikacja
partnera

reklama
bannerowa

publikacja
partnera

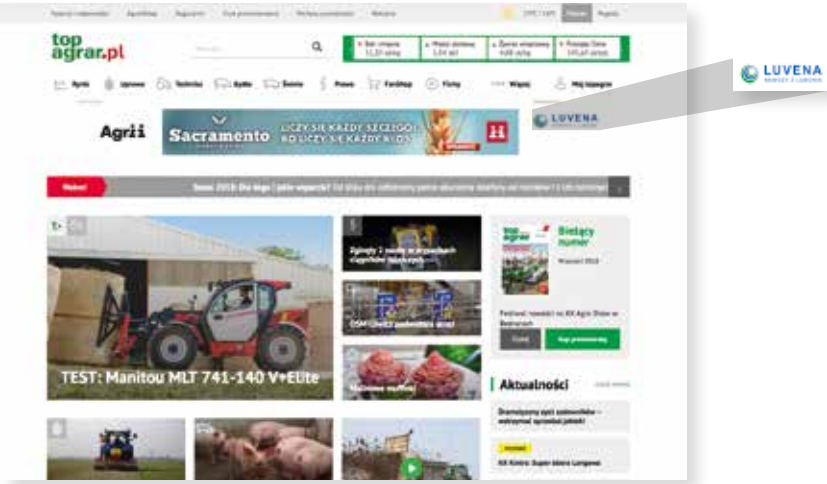
Główny partner portali – 100% zasięgu

Partner portali 1 z 2 – 50% zasięgu

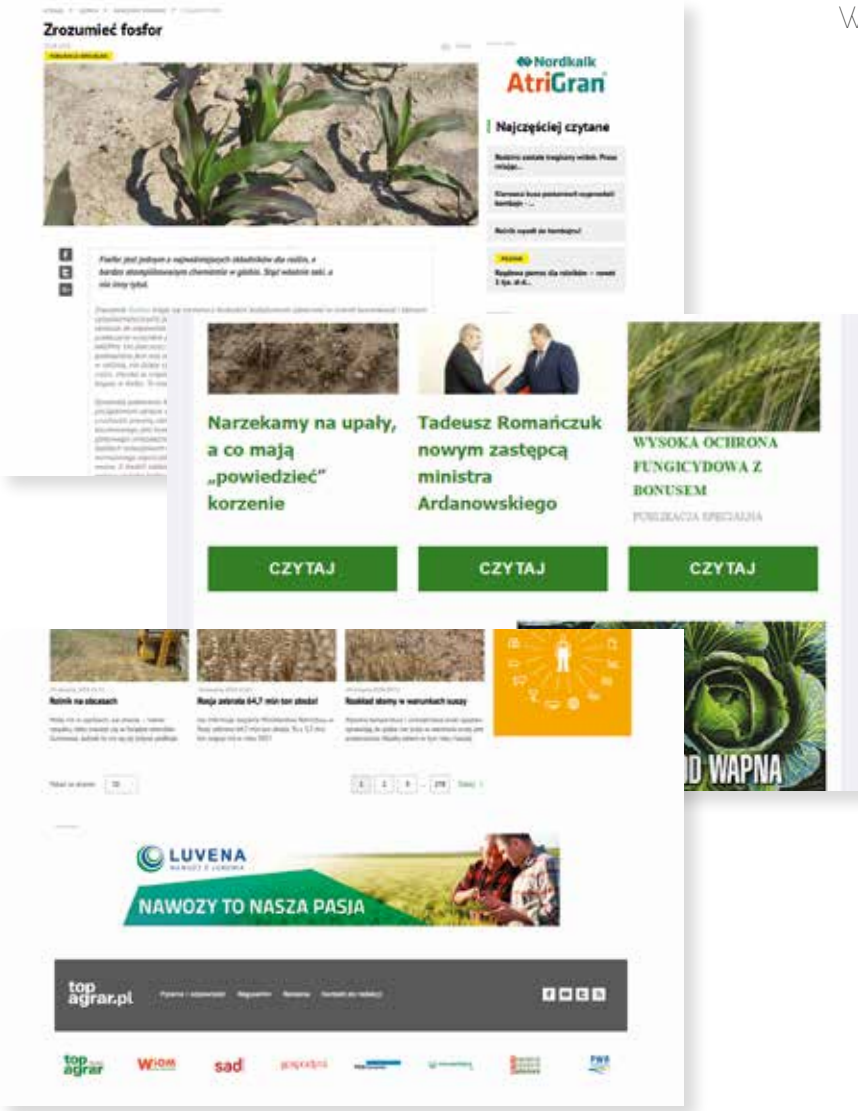


logo firmy

logo produktu



logo firmy

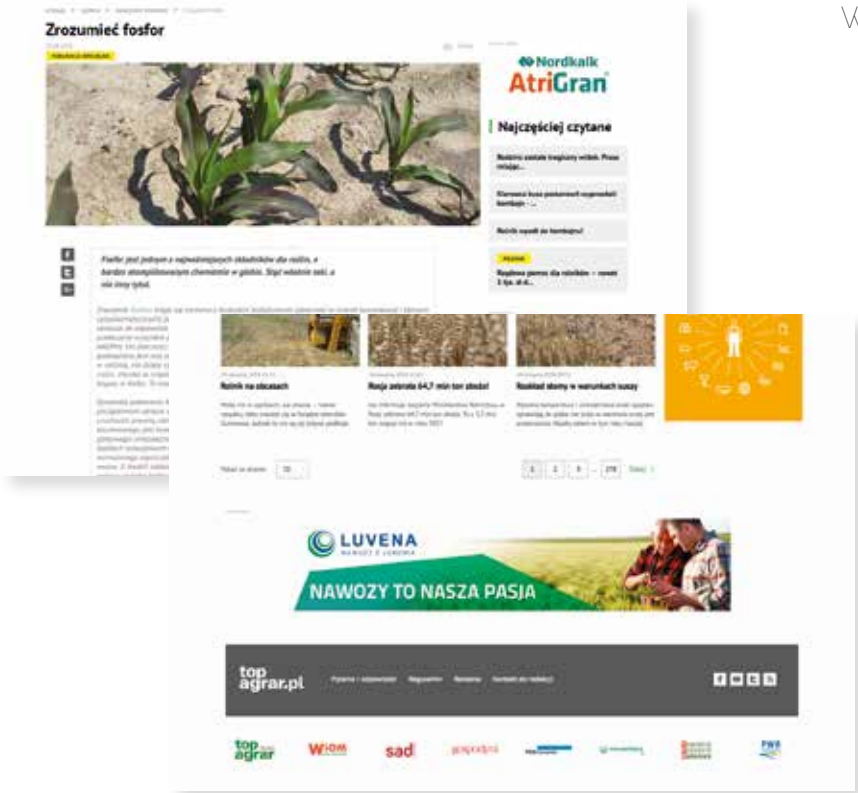


W skład partnera wchodzi:

publikacja specjalna
patrz str. 16

reklama i publikacja
w newsletterze
patrz str. 18

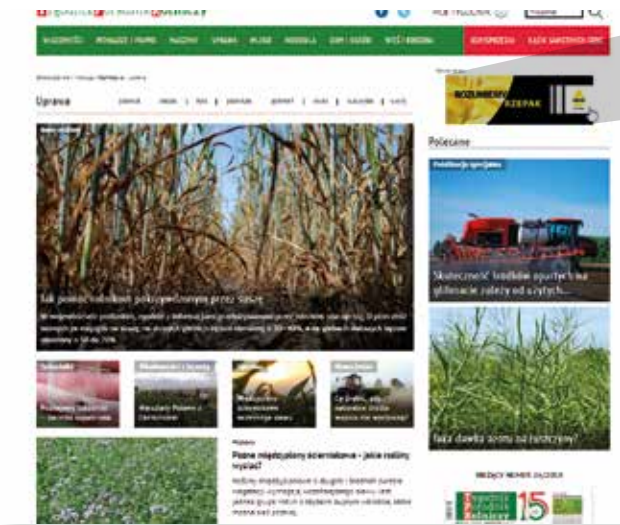
reklama towarzysząca
patrz str. 10 – 13



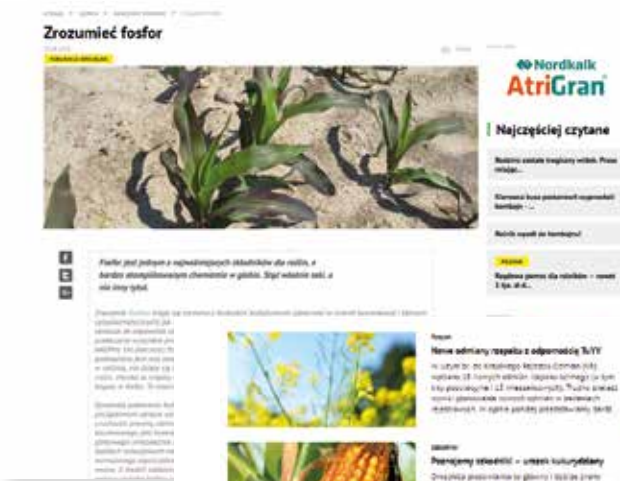
W skład partnera wchodzi:

publikacja specjalna
patrz str. 16

reklama towarzysząca
patrz str. 10 – 13

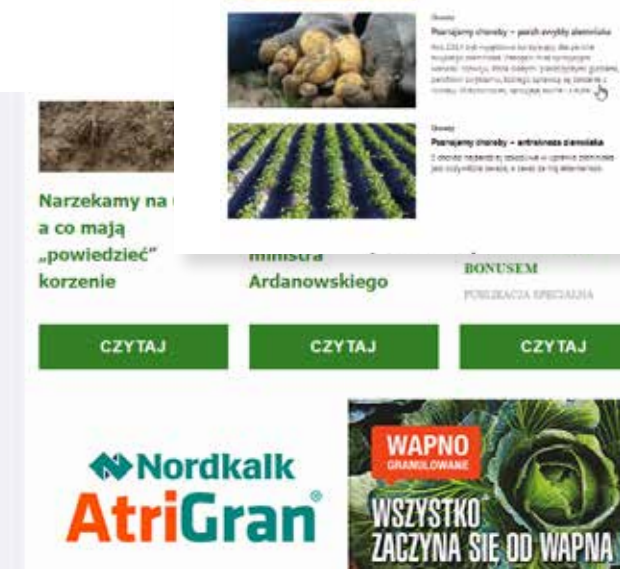


logo firmy lub produktu
w wybranej sekcji



W skład partnera wchodzi:

publikacja specjalna
patrz str. 16



reklama towarzysząca
patrz str. 12 – 13

reklama w newsletterze
patrz str. 18



Abonament miesięczny w rotacji	gwarantowane minimum 150k odston tącznie z obu portali, emisja reklamy przez 30 dni lub miesiąc kalendarzowy
CPM	płatność za każde 1000 odston
FF	miejsce na wyłączność , płatność za każdy dzień
Mix	ryczałt + opłata za klik – ograniczona ilość miejsc
Niestandardowe	ustalone indywidualnie z Klientem

CPM/CPT	płatność za umieszczenie reklamy w ustalonej grupie odbiorców. Opłata za każde 1000 odsłon.
FF (flat free)	stała emisja reklamy, która ma z góry określony czas i miejsce, najczęściej zlecane są tygodniówki.
CPV (Cost Per Visitor)	reklamodawca płaci za przeniesienie docelowej grupy na swoją stronę internetową.
CPV (Cost Per View)	płatność za jedno obejrzenie reklamy lub strony internetowej, z reguły dotyczy to reklam pop-up, toplayer, brandmark .
Expand Banner	wyróżnia się zmianą rozmiarów i wyglądu po najechaniu na reklamę kursorem myszy.
Nagłówek	inaczej banner główny – (na stronie głównej i podstronach) umieszczony w taki sposób, aby był widoczny w pierwszej kolejności dla użytkownika wchodzącego na stronę.
Stopka	inaczej banner dolny – (na stronie głównej i na podstronach) widoczna na samym końcu, możliwość wyróżnienia niestandardowym wymiarem.
Publikacja specjalna	reklama zbliżona formą do artykułu redakcyjnego.
Navibox	reklama obok treści, 300x250 px.
Rectangle	reklama w treści artykułu, 300x250 px.
Home Page	strona startowa portalu.
Newslettery	wyselekcjonowane treści redakcyjne, wysyłane do sprofilowanych subskrybentów.
Toplayer/Brandmark	reklama nad treścią.
Targetowanie	skierowanie kampanii do wyselekcjonowanej grupy użytkowników – sekcja tematyczna, tagi, region.
Capping	natożenie limitu wyświetleń na wybranego unikalnego użytkownika.
PV	odsłony.
UU	unikalny użytkownik.

Rabat stolica Maroka ;-)

Negocjacje zawsze mile widziane



DZIAŁ REKLAMY & MEDIA SOLUTIONS:



dyrektor działu reklamy & media solutions:
BLANKA SŁOMA
☎ 61 886 29 24, 698 633 648
b.sloma@pwr.agro.pl



AGATA CHOJNACKA-KRÓLAK
☎ 61 886 29 26, 783 294 941
a.chojnacka@pwr.agro.pl
reklama internetowa



ANGELINA ŁUKOMSKA
☎ 61 886 29 86, 570 519 750
a.lukomska@pwr.agro.pl
reklama internetowa



MONIKA TUCHÓŁKA
☎ 61 886 29 66, 505 222 945
m.tucholka@pwr.agro.pl
dział ogłoszeń pozarolniczych