



Subskrypcja

Zamawiam cotygodniowy bezpłatny e-biuletyn

[dalej](#)

Powiadom Znajomego

Prześlij link znajomemu

[dalej](#)

MpK - Specjały

- Advertainment (93)
- Billboardy (59)
- Buzz marketing (73)
- Celebrity (148)
- Erotyka w reklamie (121)
- Guerilla marketing (66)
- Konsument (92)
- Lifestyle (115)
- Marketing wirusowy (87)
- Reality show (30)
- Shockvertising (104)
- Varia (31)
- Wzlot public relations (100)

MpK - Tematy

- Badania marketingowe (25) **nowy!**
- Biblioteczka (6)
- CRM i Marketing Relacji (18)
- e-Commerce i e-Marketing (40)
- Experiential Marketing (9)
- Lojalność klienta (24)
- Marketing i Programy Lojalnościowe (12)
- Marketing Młodzieżowy (10) **nowy!**
- Marketing polityczny (11) **nowy!**
- Marketing targowy (5)
- Marketing zdobywczy (11)
- Marketingowy Wizjoner Roku 2005 (15)
- Prawo (11)
- Promocja Sprzedaży (29)
- Public Relations (29) **nowy!**
- Reklama (37)
- Sprzedaż (12)
- Telemarketing (15)
- Trendy (15)
- Troska o klienta (18)

Wiadomości


ARBOmedia organizuje internetowy konkurs oraz kampanię reklamową dla Beckers

Marketing internetowy
(24 maja 2006)

Konkurs odbywa się na stronie Chronimymorzebałtyckie.pl. Jego zakończenie zaplanowane jest na 15 czerwca. Do tego czasu trwać będzie internetowa kampania promująca zabawę. Kreacja użyta do kampanii to innowacyjna forma reklamowa - billboard FX, dający możliwość prezentacji poza standardowym obszarem danej formy, w tym przypadku 750x100. Przedstawiony na nim morświn wydostaje się poza kreację. Zabieg ten ma na celu zainteresowanie odbiorcy przekazem, co przekłada się na bardzo wysoki wskaźnik CTR.

[Czytaj dalej ->](#)

REKLAMA



II Kongres "Potencjał Rynku Młodzieżowego"
Jak skutecznie budować lojalność przyszłych klientów
26-27 października
Hotel Jan III Sobieski, Warszawa

Jedyna na polskim rynku możliwość dokładnego omówienia kwestii dotyczących rynku młodzieżowego

Więcej: www.ecu-marketing.pl

REKLAMA

Kampania emitowana jest na witrynach najlepiej dopasowanych do grupy celowej, czyli eHoliday.pl, Gazetaprawna.pl, Mediarun.pl, sGospodarka.pl, Kobiety.pl, MotoFakty.pl, PodrozeTV.pl oraz TabelaOfert.pl. Dodatkowe wsparcie akcji stanowi kampania zasięgowa czyli ARBOzasięg.

Mimo, iż zabawa wystartowała kilka dni temu, zainteresowanie akcją przekroczyło oczekiwania jej organizatorów. *W ciągu zaledwie czterech dni trwania konkursu wzięło w nim udział blisko 1000 osób. Jest to bardzo dobry wynik i z ciekawością będę śledził dalsze statystyki kampanii.* - skomentował Rafał Szychowski odpowiedzialny za konkurs w ARBOmedia Polska.

Konkurs organizowany jest przez markę szwedzkich farb Beckers, która wpiera finansowo badania i ochronę morświnów w Bałtyku. Ideą zabawy jest zwrócenie uwagi internautów na problem tego zagrożonego wyginieciem gatunku. Uczestnicy mają za zadanie udzielenie odpowiedzi na 5 pytań dotyczących morświnów. Tym samym muszą wykazać się pewną wiedzą na temat tych zwierząt i ich sytuacji. Nagrodą główną w

Informacje od Sponsorów



Konferencje ECU

- Alkohole i Tytoń 2006
21-22.09, Warszawa
- Budowa narzędzi badawczych
21-22.09, Warszawa
- Skuteczna reklama
27-28.09, Warszawa
- II Kongres Nowe trendy w Public Relations
28-29.09, Warszawa
- Program lojalnościowy krok po kroku
28-29.09, Warszawa
- II Kongres Customer Intelligence
12-13.10, Kraków
- Zarządzanie jakością
12-13.10, Warszawa
- Nowe trendy w komunikacji marki
19-20.10, Warszawa
- Czy Wojna na Półce?!
26-27.10, Warszawa
- II Kongres Potencjał Rynku Młodzieżowego
26-27.10, Warszawa
- Komunikacja wewnętrzna w firmie
26-27.10, Warszawa
- Nowe spojrzenie na Contact Center
26-27.10, Warszawa
- Public Relations w sytuacji kryzysowej
26-27.10, Warszawa
- Prawo autorskie a marketing
7.11, Warszawa
- ROI Lojalność - rzeczywiste koszty i zyski
16-17.11, Warszawa
- Skuteczna reklama
30.11-1.12, Warszawa
- Program lojalnościowy krok po kroku

- Wysyłka bezpośrednia (11)
- Zarządzanie Marką (60)
- Zbędnik (18)

zabawie jest wyjazd dla dwóch osób do duńskiego morświarium.

Program „Chronimy Morze Bałtyckie” został w całości opracowany przez markę Beckers. Naszym celem jest uświadamianie Polakom wagi działań w zakresie ochrony morświnów. Mamy nadzieję, iż konkurs choć w małym stopniu przyczyni się do zmiany naszego podejścia do sytuacji tych pięknych i inteligentnych zwierząt - powiedziała Joanna Wysokińska, koordynator PR, e-marketingu i mediów elektronicznych firmy Beckers.

7-8.12, Warszawa

- Nowe trendy w komunikacji marki 11-12.12, Warszawa

więcej ->

MpK - Wiadomości

- Ludzie i Firmy (766) **nowy!**
- Edukacja marketingowa (81) **nowy!**
- Przegląd prasy (22) **nowy!**
- Kampanie reklamowe (834) **nowy!**
- Media (286) **nowy!**
- Promocje (371) **nowy!**
- Wydarzenia promocyjne (390) **nowy!**
- Badania marketingowe (255)
- Współpraca między firmami (779) **nowy!**
- Różne strony Internetu (395) **nowy!**
- Outdoor i ambient media (194)
- Konkursy (249) **nowy!**
- Przetargi (92)
- Nowe produkty i usługi (150)
- Nowinki technologiczne (25)
- Kampanie i akcje społeczne (307) **nowy!**
- Design (68)
- Gadżety do Zbędnika (114)
- Komunikaty (37)
- Marketing bezpośredni (130) **nowy!**
- Marketing internetowy (176) **nowy!**
- Marketing mobilny (37)
- Marketing niestandardowy (44)
- Nagrody i wyróżnienia (285) **nowy!**
- Oferty pracy (19)
- Public Relations (241) **nowy!**
- Publikacje (12)
- WOŚP (18)

Konkurs oraz kampanię go promującą opracował, zaplanował oraz obsługuje dom sprzedaży mediów ARBOmedia Polska. Stworzeniu kreacji oraz adaptacji witryny Chronimymorzebałtyckie.pl podjęła się agencja interaktywna Internet Contact S.A.

ARBOmedia jest jedynym w Polsce europejskim Domem Sprzedaży Mediów, zarówno klasycznych jak i internetowej powierzchni reklamowej, oraz reklamy ambient. Polski oddział jest częścią grupy ARBOmedia Europe, która posiada swoje oddziały w 7 krajach działając na rynku telewizyjnym, radiowym, internetowym, prasowym oraz out-of-home / ambient media.

ARBOmedia Polska posiada w swoim portfolio nośniki reklamy ambient'owej W4OCZY, nośniki C@fe Baner w kawiarenkach internetowych; zajmuje się reklamą w obiektach sportowych oraz dysponuje nośnikami POS TV na stacjach benzynowych. Ponadto ARBOmedia Polska reprezentuje ponad 300 serwisów internetowych o łącznej liczbie blisko 630 mln odsłon oraz dotarciu do ponad 9,7 mlr internautów miesięcznie (źródło danych: Megapanel PBI/Gemius 2006.02). Wśród nich takie serwisy jak: GazetaPrawna.pl, NowoczesnaFirma.pl, MediaRun.pl, Twoja-Firma.pl, Parkiet.com, eGospodarka.pl, BiznesNet.pl, podatki.pl, Gery.pl, Hip-Hop.pl, GRY-OnLine.pl, Kobiety.pl, Wizaz.pl, CGM.pl, Joemonster.org, Szorty.pl, Gratka.pl, Motofakty.pl, Pora.pl oraz wiele innych.

Dom Sprzedaży Mediów ARBOmedia Polska kieruje swoją ofertę do domów mediowych, agencji reklamowych, jak również bezpośrednio do klientów korporacyjnych.

Marketing internetowy

Zobacz Formułę 1 z GETIN Bankiem 2006-09-20

Zimę kupujemy już latem 2006-09-19

Łatwiejsze pozycjonowanie z Direct Traffic 2006-09-19

Akademia Misia Haribo 2006-09-19

www.Bodega.pl na pierwszych stronach polskich wyszukiwarek 2006-09-18

więcej ->

Najświeższe wiadomości

Promocje Lubię poniedziałek... 2006-09-20

Współpraca między firmami MS Services dla Procter & Gamble 2006-09-20

Współpraca między firmami AXA wybiera Sigmę 2006-09-20

Marketing internetowy Zobacz Formułę 1 z GETIN Bankiem 2006-09-20

Promocje „Spełnij rodzinne marzenia” – akcja promocyjna kaw mielonych marki Prima 2006-09-20

więcej ->

MpK - Archiwum

- MpK - Aktualności:
 - MpK-A/167 (19.09)
 - wszystkie wydania
- MpK - Tematy:
 - MpK-T/141 (14.09)
 - wszystkie wydania
- Indeks słów kluczowych

Od Administratora

W przypadku zauważenia błędów w funkcjonowaniu serwisu, bardzo proszę o kontakt

Administrator

Kontakt

Marketing przy Kawie
ul. Berka Joselewicza 21c
31-031 Kraków
e-mail:
marketing-news.pl

Konferencje Informedia

- Negocjacje Zakupowe 21-22.09, Warszawa
- Usługi zintegrowane 21-22.09, Warszawa
- Kredyt dla dewelopera i inwestora krok po kroku 22.09, Warszawa
- Finanse on-line 28-29.09, Warszawa
- Jak przygotować skuteczną analizę konkurencji 28-29.09, Warszawa
- Liberalizacja dostępu telekomunikacyjnego 3-4.10, Warszawa
- Zagospodarowanie przestrzenne Krakowa 3-4.10, Kraków
- Kapitał obrotowy 4-5.10, Warszawa
- E-faktura 5-6.10, Warszawa
- Rozstrzyganie sporów abonent - operator 5-6.10, Warszawa
- Cash pooling - aspekty podatkowe i rachunkowe 6.10, Warszawa
- Prawa autorskie a nowe pola eksploatacji 10-11.10, Warszawa
- Oświadczenia żywieniowe i zdrowotne 12-13.10, Warszawa
- Kogeneracja i czerwone certyfikaty 16-17.10, Warszawa
- Nowelizacja Prawa Farmaceutycznego 17-18.10, Warszawa
- Nowelizacja ustawy o świadczeniach zdrowotnych 19.10, Warszawa
- Optymalizacja procesów zakupowych - czynniki sukcesu 23-24.10, Warszawa
- Odpowiedzialność Zarządu 24-25.10, Warszawa
- E-zaopatrzenie 26-27.10, Warszawa
- VAT w bankach 7-8.11, Warszawa
- LNG - skraplanie, transport, regazyfikacja 14-16.11, Warszawa
- CNG - dostępność i możliwości wykorzystania w Polsce 21-22.11, Warszawa
- Fuzje i przejęcia 23-24.11, Warszawa

- Jak przygotować skuteczną analizę konkurencji
27-28.11, Warszawa
- Reklama leków
27-28.11, Warszawa
- E-faktura
30.11-1.12, Warszawa
- E-zaopatrzenie
7-8.12, Warszawa

[więcej ->](#)

[do góry](#) 

**[Strona główna](#) | [Aktualności](#) | [Tematy](#) | [Wiadomości](#) | [Blog](#) | [Subskrypcja](#)
[Baza firm](#) | [Reklama](#) | [O nas](#) | [Współpraca](#) | [RSS](#) | [Ochrona prywatności](#)**

RSS

Copyright 2006 Bridge MW Sp. z o.o.