



MARKETING

www.marketing-news.pl

przy kawie



ISSN 1733-8522

[Strona główna](#) [Aktualności](#) [Tematy](#) [Wiadomości](#) [Blog](#) [Subskrypcja](#) [Baza firm](#)  [O nas](#)



Subskrypcja

Zamawiam cotygodniowy bezpłatny e-biuletyn

[dalej](#)



Informacje od Sponsorów

informedia POLSKA	kongres
12 - 13 lutego 2007	Nagrody w Programach Lojalnościowych
Hotel Marriott Warszawa	Skuteczne nagrody, które budują lojalność klientów – nowe trendy

Powiadom Znajomego

Prześlij link znajomemu

[dalej](#)

Wiadomości

Witryny MTV w ARBOmedia Polska

Współpraca między firmami
(30 stycznia 2007)

Grupa MTV Networks Polska rozpoczęła współpracę z ARBOmedia Polska w zakresie obsługi reklamowej należących do grupy witryn – MTV.pl, Viva-tv.pl, Vh1.pl i ComedyCentral.pl. Sieć ARBOmedia umocniła tym samym swoją pozycję w kategoriach Rozrywka i Muzyka.

MTV Networks Polska jest jednym z największych nadawców telewizyjnych w Polsce. W skład jego portfolio wchodzi kanały MTV, VIVA, Comedy Central, VH1 oraz ich serwisy internetowe: MTV.pl, Viva-tv.pl, VH1.pl i ComedyCentral.pl, który wystartuje w lutym. Kierowane są one do osób młodych (głównie w wieku 16-29 lat), aktywnych mieszkańców dużych miast, interesujących się nowoczesnymi technologiami, którzy dysponują funduszami na własne potrzeby.

MTV to jedno z najciekawszych zjawisk kultury masowej. Pozyskanie serwisów należących do Grupy MTV Networks Polska wzbogaci ofertę sieci ARBOmedia o renomowane, opiniotwórcze, a przede wszystkim nowoczesne brandy, stawiające na interakcję z użytkownikami – mówi Bartosz Drozdowski, Dyrektor Departamentu INTERNET w ARBOmedia Polska.

Wprowadzane przez witryny funkcje dają internautom realny wpływ nie tylko na to, co dzieje się na stronie, lecz także na antenie stacji. MTV.pl organizuje m. in. czaty z muzykami, Viva-tv.pl zaś wybór gwiazdy, której sylwetka zostanie zaprezentowana w programie. Wszystkie serwisy oferują głosowanie w listach przebojów znanych z anteny, a także uczestnictwo w konkursach. Zapowiadana dalsza integracja witryn z programami telewizyjnymi MTV ma na celu, nie tylko realizację oczekiwań internautom, lecz również przyciągnięcie nowych telewidzów na strony stacji.

Oferta ARBOmedia Polska dotycząca witryn o tematyce rozrywkowej stanowi obecnie jedną z najatrakcyjniejszych na rynku nie tylko pod względem zasięgu. Sieć obsługuje m. in. Maxior.pl, Gry.pl, Gry-OnLine.pl, Jeja.pl, MiastoPlusa.pl czy PoSzkole.pl – serwisy utrzymujące się wśród najpopularniejszych w badaniu Megapanel PBI/Gemius w kategorii Rozrywka. Dołączenie do portfolio ARBOmedia stron MTV Networks Polska zwiększy zasięg sieci – łączna oglądalność serwisów MTV, bez statystyk dotyczących ComedyCentral.pl, to 296 000 użytkowników i ponad 2,45 mln odsłon. Najpopularniejsza strona z grupy, czyli MTV.pl w listopadzie ub. r. odnotowała 165 000 użytkowników oraz 1 414 813 odsłon (Megapanel PBI/Gemius, 11.2006).

Serwisy internetowe należące do Grupy MTV Networks Polska nie tylko

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)
- Wzrost public relations (100)

MpK - Tematy

- Badania marketingowe (31)
- Biblioteczka (9) **nowy!**
- CRM i Marketing Relacji (20)
- e-Commerce i e-Marketing (55) **nowy!**
- Experiential Marketing (12)
- Lojalność klienta (25)
- Marketing i Programy Lojalnościowe (12)
- Marketing Młodzieżowy (12)
- Marketing polityczny (17)
- Marketing targowy (6)
- Marketing zdobywczy (12)
- Marketingowy Wizjoner Roku 2005 (15)
- Prawo (11)
- Promocja Sprzedaży (29)
- Public Relations (39)
- Reklama (41)
- Sprzedaż (13)
- Telemarketing (15)
- Trendy (20) **nowy!**
- Troska o klienta (18)
- Wysyłka bezpośrednia (11)
- Zarządzanie Marką (61)
- Zbędnik (20)

Konferencje ECU

- Nowoczesny marketing B2B
8-9.02, Warszawa
- Nagrody w Programach Lojalnościowych
12-13.02, Warszawa
- Business Intelligence 2007
13-14.02, Warszawa
- Nowe trendy w komunikacji marki
19-20.02, Warszawa
- Kultura organizacyjna
20-21.02, Warszawa
- Metody i sposoby interpretacji badań marketingowych
20-21.02, Warszawa
- Psychologia we współczesnym biznesie
22-23.02, Warszawa
- Marketing Dóbr Luksusowych
8-9.03, Warszawa
- Kultura organizacyjna
19-20.04, Warszawa
- Nowe trendy w komunikacji marki
15-16.05, Warszawa

[więcej ->](#)

Konferencje Informedia

- Skuteczne systemy motywacyjne
12-13.02, Warszawa
- LLU i BitStream Access
15-16.02, Warszawa
- E-faktura
20-21.02, Warszawa
- Zarządzanie kryzysem
20-21.02, Warszawa
- Likwidacja KDT-ów
21-22.02, Warszawa
- Efektywne Zarządzanie Kategorią
22-23.02, Warszawa

MpK - Wiadomości

- Ludzie i Firmy (980) **nowy!**
- Edukacja marketingowa (102) **nowy!**
- Przegląd prasy (86)
- Kampanie reklamowe (1011) **nowy!**
- Media (448) **nowy!**
- Promocje (439)
- Wydarzenia promocyjne (458) **nowy!**
- Badania marketingowe (309)
- Współpraca między firmami (966) **nowy!**
- Różne strony Internetu (595) **nowy!**
- Outdoor i ambient media (271)
- Konkursy (302)
- Przetargi (114)
- Nowe produkty i usługi (177) **nowy!**
- Nowinki technologiczne (26)
- Kampanie i akcje społeczne (357)
- Design (119)
- Komunikaty (48)
- Marketing bezpośredni (173)
- Marketing internetowy (258)
- Marketing mobilny (57)
- Marketing niestandardowy (55)
- Nagrody i wyróżnienia (406)
- Oferty pracy (27)
- Public Relations (388)
- Publikacje (15)
- WOŚP (32)

MpK - Archiwum

- MpK - Aktualności:
- MpK-A/182 (24.01)
 - wszystkie wydania

- MpK - Tematy:
- MpK-T/156 (25.01)
 - 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

uzupełniają program telewizyjny stacji (ramówka, opisy poszczególnych pozycji, wizytówki prowadzących), lecz także prezentują nowości i ciekawostki ze świata show-businessu oraz recenzje i zapowiedzi płyt, filmów, imprez kulturalnych. Witryny oferują różnorodne formy reklamy, także sponsoring obejmujący ingerencję w zawartość serwisów. MTV.pl i Viva-tv.pl umożliwiają dodatkowo reklamę w cotygodniowych newsletterach.

MTV Networks International, do której należą multimedialne marki takie, jak: MTV, VH1, Nickelodeon, TMF (The Music Faktory), VIVA, Flux, Paramount Comedy (Comedy Central) i Game One, dociera do 442,9 milionów gospodarstw domowych w 169 krajach. Widzowie mają dostęp do programów za pomocą 121 lokalnych stacji telewizyjnych oraz 95 stron internetowych. W ofercie konsorcjum znajdują się również media elektroniczne, wydawnictwa, stacje radiowe, wytwórnie płyt i dwie sekcje filmów fabularnych (MTV Films i Nickelodeon Movies). MTV Networks International stanowi część Grupy Viacom – ogólnosiwiatowego potentata mediowego.

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 indoorowej W4OCZY, nośniki C@fe Baner w kawiarenkach internetowych, nośniki POS TV na stacjach benzynowych; zajmuje się reklamą w obiektach sportowych oraz obsługuje kilkanaście tytułów prasowych (m. in. Hot, Golf&Life, Elity, Jachting, Laptop Magazyn). Jednocześnie ARBOmedia Polska zajmuje się koordynacją różnego rodzaju eventów i akcji out-of-home. Ponadto firma reprezentuje blisko 300 serwisów internetowych o łącznej liczbie miliarda odsłon oraz dotarciu do ponad 10,84 mln internautów miesięcznie (źródło danych: Megapanel PBI/Gemius 2006.11). Wśród nich takie serwisy jak: TravelPlanet.pl, Gery.pl, Hip-Hop.pl, GRY-OnLine.pl, Kobiety.pl, Wizaz.pl, Szorty.pl, Gratka.pl, Joemonster.org, Motofakty.pl, Pora.pl, Maxior.pl, Gry.pl oraz wiele innych.

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

Współpraca między firmami

Studio DN dla marki Nobiles
2007-01-30

S4 dla Parkowego Wzgórza
2007-01-30

Euro RSCG 4D dla Telekomunikacji Polskiej
2007-01-29

PRIMUM Public Relations uderzy muzycznie z Hard Rock Cafe
2007-01-29

Max Arpp dla Danone Rosja
2007-01-26

więcej ->

Najświeższe wiadomości

Wydarzenia promocyjne
Communcation Unlimited z Nutellą na stokach
2007-01-30

Kampanie reklamowe
Telepizza z Salt and Pepper
2007-01-30

Współpraca między firmami
Studio DN dla marki Nobiles
2007-01-30


Różne strony Internetu
Ekspert Radzi na e-biznes.pl
2007-01-30

Współpraca między firmami
S4 dla Parkowego Wzgórza
2007-01-30

więcej ->

- Rozliczenia międzyoperatorские MNO - MVNO
22-23.02, Warszawa
- HDTV - plany, prognozy i strategię sprzedaży treści i odbiorników HD
7-8.03, Warszawa

więcej ->

[do góry](#) 

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

RSS

Copyright 2007 Marketing Tribune Polska Sp. z o.o.