



新聞

脳ドック東京

脳ドック予約

顔面神経麻痺

MRI東京

Jest temat



Jarosław Kaczyński: Dziś mamy dwie potężne telewizje tworzone

przez ludzi wspomnianych w różnych raportach. (...) Twierdzą, że najgorsza część PRL tworzyła media elektroniczne w III Rzeczypospolitej. [czytaj artykuł >>](#)

A7 czyli nowości w ofercie działu Internet ARBOmedia Polska

Poploty



Jak zawsze wsadzamy kij w mrowisko. Tym razem piszemy o: Krzysiu Bosaku,

który gościł na kanapie Wojewódzkiego, o wyprawie Bronka, o feministycznej imprezie bab w Pałacu Prezydenckim, a także o roszadach w krakowskim Radiu Głos... [czytaj artykuł >>](#)

kw

Wraz z początkiem marca (od 03.03.07) zaczął obowiązywać nowy cennik internetowej sieci reklamowej ARBOmedia Polska. Najważniejsze z 7 nowości w ofercie „A7” to zwiększenie objętości wszystkich kreacji do 50kB, zasięgowe i tematyczne pakiety POWER, pakiety ARBOjeden oraz hosting kreacji FX do 1 MB w koszcie mediowym.

ARBOmedia Polska jako pierwsza spośród sieci i biur reklamy internetowej zwiększa wagę wszystkich standardowych kreacji do 50 kB. Umożliwi to reklamodawcom emisję reklam znacznie lepszej jakości bądź zawierających większą ilość elementów. Zwiększeniu do 1 MB ulega także waga „ściągniętej w tle zawartości” dla form FX, czyli wykorzystujących m.in. streaming dźwięku lub video. Ponadto koszt hostingu kreacji FX zawarty jest w cenie kampanii.

Z myślą o klientach szukających dużego zasięgu opartego na nieintryzujących kreacjach stworzono ARBOPakiet i ARBOzasięg w wersji POWER. Są to duże pakiety oparte wyłącznie na płaskich formach reklamowych, jak billboard czy DOUBLE billboard, łącznie z formami rozwijanymi i FX. Kampanie w ofercie POWER nie są cappingowane, jednak minimalny zasięg w ramach każdego z pakietów jest gwarantowany. Dzięki temu reklamodawcy zyskują możliwość na dotarcie do wielu internautów z dużą częstotliwością.

„A7 to odpowiedź na ciągle zmieniający się Internet, zarówno od strony reklamodawców jak i użytkowników. Jako jeden z największych oferentów powierzchni reklamowej w polskim Internecie poprzez odpowiednie modelowanie oferowanych produktów staramy się realnie wyznaczać kierunki rozwoju reklamy internetowej. Pakietami tematycznymi i ARBOzasięgiem w opcji POWER staramy się przekonywać reklamodawców, iż emisja form nieintryzujących z dużą częstotliwością może być bardziej skuteczna, niż pojedyncze dotarcie formą intryzującą. Nastawienie na promocję nawet cięższych i rozbudowanych, ale jednak płaskich form, wynika także z dbałości o Internautów, którzy odwiedzają reprezentowane przez nas serwisy. Standardowa waga kreacji do 50



internet :

Ruszyła druga edycja konkursu na najlepszą witrynę branżową biurowo-papierniczej

Start TVN24.pl

Nowe oblicze BlizejSlonca

Ogłoszono zwycięzców konkursu Zareklamuj Gazeta.pl

A7 czyli nowości w ofercie Internet ARBOmedia Polska

Portal społecznościowy Pliki.pl 6 milionów użytkowników

Firefox2: społecznościowy program beta-testów

Zmiany w dlaMaturzysty - portalu dlaStudenta.pl

Stereo.pl szuka alternatywnego dostawcy przesyłek

funkcjonalnosc.net.pl: zakończenie projektu

więcej wiadomości z kategorii internet >>



Subskrypcja

wpisz swój email

informacje na temat subskrypcji

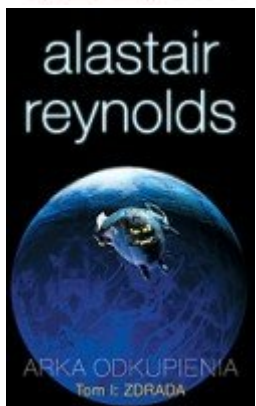
Baza Firm

Branża

miasto

Archiwum Tygodnika
Medialnego mediafm.net
numer 336 (15.03.2007)
numer 335 (09.03.2007)
numer 334 (01.03.2007)
numer 344 (01.03.2007)
numer 333 (23.02.2007)
numer 332 (15.02.2007)
numer 331 (08.02.2007)

Zobacz archiwum z wszystkimi
wydaniami Tygodnika



KB to także ukłon w stronę agencji interaktywnych. Myślę, że w ten sposób choć w części rozwiążemy problemy zamieszczenia packshotu i kilku zdjęć w 15 czy 20 KB, przed jakimi na co dzień stają. Ponadto mam nadzieję, że duże możliwości kreatywne, jakie dają formy FX, będą coraz częściej przez agencje wykorzystywane" – mówi Bartosz Drozdowski, Dyrektor Departamentu INTERNET

Kolejną nowość w ofercie ARBOmedia Polska stanowią pakiety ARBOjeden dotyczące serwisów o zasięgu przekraczającym milion użytkowników, jak Gry-OnLine.pl, Maxior.pl, NaszeMiasto.pl czy Rozklad.pkp.pl. ARBOjedenki oznaczają emisję kampanii na pojedynczej stronie, po niższej cenie, bliskiej cenie pakietów tematycznych. Pakiety ARBOjeden występują także w wersji POWER.

Rozbudowa portfolio oraz rosnąca oglądalność serwisów reprezentowanych przez ARBOmedia Polska przyczyniły się do zwiększenia zasięgów poszczególnych produktów. Od marca wzrosły wybrane pakiety tematyczne (ARBOrozrywka, ARBOMoto, ARBOKobiety, ARBOgry oraz ARBOKids) oraz przede wszystkim pakiety zasięgowe. W nowym cenniku pojawił się m. in. pakiet ARBOzasięg 8MLN (capp3), który umożliwi dotarcie do 69% polskich internautów w ciągu miesiąca. Wzrost zasięgu umożliwił również zmniejszenie zakładanego czasu realizacji kampanii – w ciągu 1 dnia ARBOzasięg jest w stanie dotrzeć do miliona internautów.

Ponadto od 2 kwietnia 2007, przez minimum 6 miesięcy ARBOmedia Polska będzie proponować przy realizacji wybranych pakietów i zasięgów darmowe badanie brandingowe (do 5 pytań zamkniętych i do 5 odpowiedzi). Reklamodawcy zyskają w ten sposób możliwość poznania skuteczności prowadzonych kampanii, bądź ogólnego wizerunku, jakim firma cieszy się wśród internautów. Do wybranych produktów odsłoniętych również gratis dodawane będą pakiety CLICK500 (ok. 2 000 kliknięć) w systemie SmartContext. 19.03.07, 19:04

Ogłoszenie

Pierwszy tegoroczny numer dwumiesięcznika "Pro-KREACJA", a w nim m.in.:

- O tym, co nowego w outdoorze i o ciekawych kampaniach ambientowych - w artykule Moniki Pazik,
- Czy raporty roczne mogą być domeną swobodnej kreacji czy jedynie suchymi zestawieniami finansowymi? Jaki potencjał promocyjny kryje w sobie raport roczny firmy? Przykłady kreacji w raportach rocznych -w artykule Magdaleny Granosik,
- Czy CSR się opłaca i czy za robącym zawrotną karierę pojęciem "społecznej odpowiedzialności biznesu" kryją się konkretne działania? -zastanawia się w

swoim artykule Bartosz Skwiercz,

- O ciekawych przykładach pastiszu i parodii w reklamie oraz o "kłątwie Mamonia" (bohatera filmu "Rejs", któremu podobały się tylko te melodie, które już raz słyszał) pisze Jolanta Tkaczyk,
- Prezentacja zdjęć wyróżnionych w tegorocznej edycji Word Press Photo oraz prac nagrodzonych w Międzynarodowym Konkursie Kalendarzy i Kart Świątecznych Vidical 2007.

Zaproś znajomych do przeczytania tego artykułu!

Adres email:

Twój podpis:

RSS

Kanał RSS z wiadomościami
MediaFM.net

Multimedia

Ludwik Dorn: Zgoda na d
prezesa TVP w zamian za
prezesa NBP to wymysł

Gadu Gadu ponownie dla
Wielkiej Orkiestry Świątecz
Pomocy

Metamorfoza Kuriera

Sylwester w eterze

Wyjątkowa kampania pro
ofertę POP

[przełączaj multimedia >>](#)

