

DODATEK PROMOCYJNY (NATYWNY)

OPIS FORMATU

Dodatek promocyjny to kilku-, kilkunasto- lub kilkudziesięciostronicowa publikacja dołączana do ogólnopolskiego bądź lokalnego wydania **Gazety Wyborczej**.

Na podstawie materiałów dostarczonych przez Klientów **zespół content marketingowy Wyborczej** opracowuje szatę graficzną i publikacje tekstowe dodatku.

Dodatek natywny jest obecny w e-wydaniu Wyborczej.

Klient może też zamówić **odruk dodatku**.



MEDIUM
**Gazeta
Wyborcza**

[ZOBACZ REALIZACJĘ](#)

[SPRAWDŹ WIDEO](#)

DODATEK PROMOCYJNY (NATYWNY)

PRZYKŁAD REALIZACJI

„Poradnik frankowicza” to atrakcyjna i bardzo przydatna publikacja, pomocna każdemu, kto zaciągnął kredyt we frankach.

Z ciekawymi i użytecznymi wywiadami z ekspertami Klientów oraz analizami prawnymi współgra estetyczna, stonowana oprawa wizualna.

Oprócz materiałów promocyjnych Klienci są tu obecni poprzez klasyczne formaty reklamowe.

Cały „Poradnik frankowicza” można pobrać **TUTAJ**.



DODATEK PROMOCYJNY (NATYWNY)

PRZYKŁAD REALIZACJI

WYBRANICTWO PROMOCYJNE WYBORCZA SP. z o.o. | Wtorek, 10 marca 2024

PORADNIK DLA FRANKOWICZÓW



To już nie jest spór Dawida z Goliatem

Frankowicz kontra banki

W tym numerze: jak sobie poradzić z bankami, jak uniknąć problemów z kredytem, jak uniknąć problemów z kredytem, jak uniknąć problemów z kredytem...

WYBRANICTWO PROMOCYJNE WYBORCZA SP. z o.o. | Wtorek, 10 marca 2024

Banki zmieniają swoje strategie

Współczesny rynek finansowy to nie jest już taki prosty, jak kiedyś. Banki zmieniają swoje strategie, aby przetrwać w coraz bardziej konkurencyjnym środowisku. Jak sobie z tym poradzić? Jak uniknąć problemów z kredytem? Jak uniknąć problemów z kredytem? Jak uniknąć problemów z kredytem?



Banki zmieniają swoje strategie, aby przetrwać w coraz bardziej konkurencyjnym środowisku. Jak sobie z tym poradzić? Jak uniknąć problemów z kredytem? Jak uniknąć problemów z kredytem? Jak uniknąć problemów z kredytem?

WYBRANICTWO PROMOCYJNE WYBORCZA SP. z o.o. | Wtorek, 10 marca 2024

SPRAWDZONA KANCELARIA FRANKOWIA

SOBOTA JACHIRA
KANCELARIA PRAWNA

- historycznie założona od 2017r.
- reprezentujemy klientów w licznych sprawach z bankami,
- specjalizujemy się w sprawach z bankami, z bankami, z bankami,
- reprezentujemy klientów w licznych sprawach z bankami,
- specjalizujemy się w sprawach z bankami, z bankami, z bankami,
- reprezentujemy klientów w licznych sprawach z bankami,
- specjalizujemy się w sprawach z bankami, z bankami, z bankami,

Najbardziej renomowanych kancelarii prawniczych
WZECZOSPOLNIA 2022, 2023 i 2024

SPRAWDZAJ NASZĄ KANCELARIĘ WYBORCZA SP. z o.o. | Wtorek, 10 marca 2024



WYBRANICTWO PROMOCYJNE WYBORCZA SP. z o.o. | Wtorek, 10 marca 2024

Sytuacja Frankowiczów w świetle najnowszego orzecznictwa TSUE

WENTUM

W tym numerze: jak sobie poradzić z bankami, jak uniknąć problemów z kredytem, jak uniknąć problemów z kredytem, jak uniknąć problemów z kredytem...



WYBRANICTWO PROMOCYJNE WYBORCZA SP. z o.o. | Wtorek, 10 marca 2024

Zdolność kredytowa najwyższa od 3 lat

PRELIUM.PL

Sprzedaj spleacony kredyt we frankach

Odbierz natężoną kwotę w kilka dni

- bez sądu
- bez ryzyka
- bez czekania

795 055 090

DODATEK PROMOCYJNY (NATYWNY)

KORZYŚCI KLIENTA

Obecność w dodatkach prasowych Wyborczej to szereg korzyści, między innymi:

- Dotarcie do grupy autentycznie zainteresowanej daną tematyką
- Świetna **widoczność**, wielokrotny i głęboki kontakt z logotypem i reklamą
- Profesjonalna realizacja na poziomie tekstu i grafiki przez zespół content marketingowy Wyborczej
- Zyskanie dużego zasięgu – lokalnie lub ogólnopolsko



490 tys.

**czytelników jednego
wydania Gazety Wyborczej***



DODATEK PROMOCYJNY (NATYWNY)

PRASA MA MOC !

- Prasa od lat niezmiennie pozostaje najbardziej **opiniotwórczym** medium*
 - Jeden egzemplarz gazety czyta średnio **3,7 osób****
 - Zauważalność reklamy w prasie wynosi aż **91% !*****
 - Czytelnicy prasy mają nawet o **70% wyższe** zwyczaje zakupowe niż reszta populacji****
-
- 60% czytelników Wyborczej ma wykształcenie ponadśrednie*****
 - **74%** naszych czytelników kupuje w oparciu o jakość, a nie cenę
 - 83.2% odbiorców Gazety Wyborczej lubi próbować nowych produktów



*Źródło: Instytut Monitorowania Mediów, udział w liczbie cytowań, średnia 1-12. 2021-2022.,2023.

**Źródła: Badanie PBC , „Zaangażowanie w reklamę” CPW media plan i LP 10.2022-09.2023, N=22 878.

***Źródło: Dane dla prasy (druk, e-wydania): PBC badanie eyetrackingowe 2018-2023; N=13 723.

****Źródło: PBC „Zaangażowanie w reklamę”, CCS 10.2021-09.2023, N=46 942, wiek 15-75.

*****Polskie Badania Czytelnictwa, badanie „Zaangażowanie w reklamę”, V 2023 - IV 2024, N = 21 982 (gc: all 15+), wskaźnik CPW (Prasa), WWWU30 - Użytkował w ciągu 30 dni (serwis) .

DODATEK PROMOCYJNY (NATYWNY)

ZAPRASZAMY DO KONTAKTU!

reklama@wyborcza.pl

