

Kobieca strona

Grupy Wyborcza

grupa wyborcza

— PEOPLE FIRST. NOT COOKIES.—



SILNY FUNDAMENT

***Stoimy murem za kobietami.
Piszemy pięknie o rzeczach ważnych
i mądrze o rzeczach błahych***



Serwis WysokieObcasy.pl to miejsce w którym, podejmujemy tematy ważne dla współczesnych kobiet, poruszamy problematykę społeczną i przybliżamy sylwetki inspirujących bohaterek.

Zasięg serwisu:

4 514 130 PV, 2 057 320 UU

f ponad 330 000 polubień

📷 ponad 121 000 obserwujących

grupa wyborcza

— PEOPLE FIRST. NOT COOKIES. —



Wysokie Obcasy Extra to ekskluzywny miesięcznik dla ambitnych, ciekawych świata i dążących do samorealizacji kobiet. Czytelniczka dostaje od nas pakiet lifestylowych inspiracji.

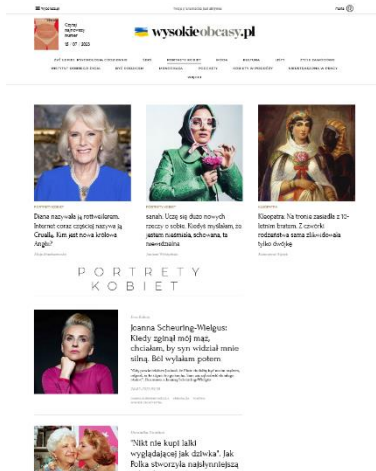
Magazyn Wysokie Obcasy Extra dociera do **479 493 czytelniczek**



Wysokie Obcasy to sobotni magazyn Gazety Wyborczej. Dajemy czytelniczce możliwość udziału w kobiecej wspólnocie. Inspirujemy do działania, samosprawczości, do realizacji swoich marzeń i planów. Nie boimy się trudnych tematów.

Magazyn Wysokie Obcasy dociera do **275 538 czytelniczek***

**JEDNEN KONTAKT
= WIELE MEDIÓW
= MIX MOŻLIWOŚCI**



BYĆ RODZICEM

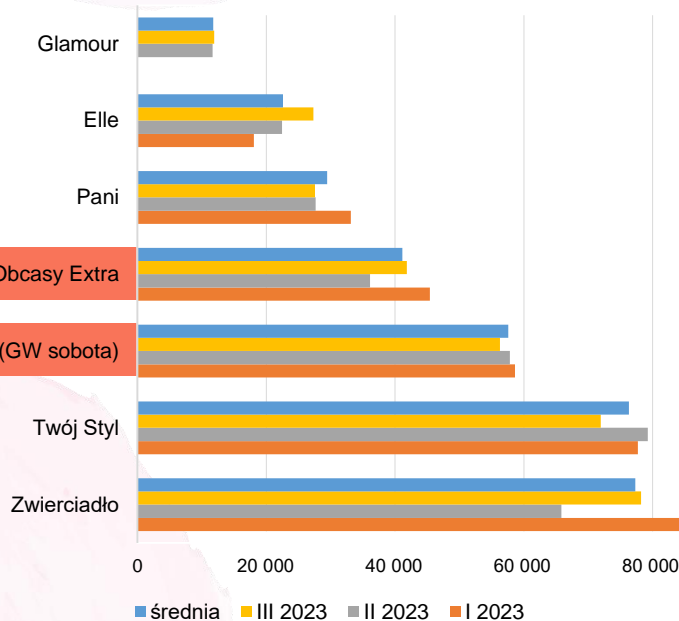


**SUPERBOHATERKA
wysokieobcasy**



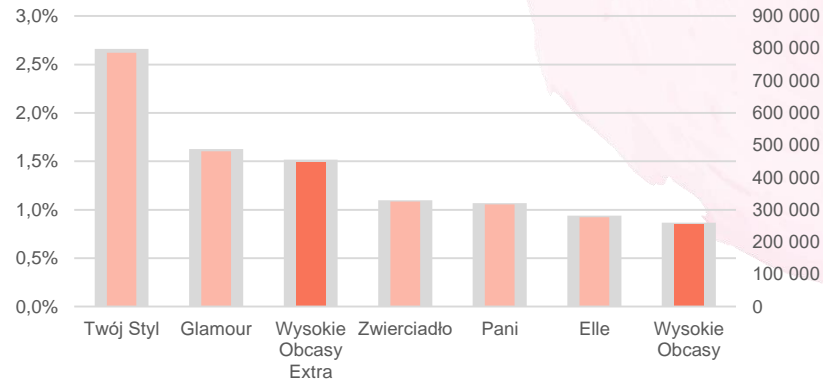
Nasze miejsce na rynku

Sprzedaż wydania

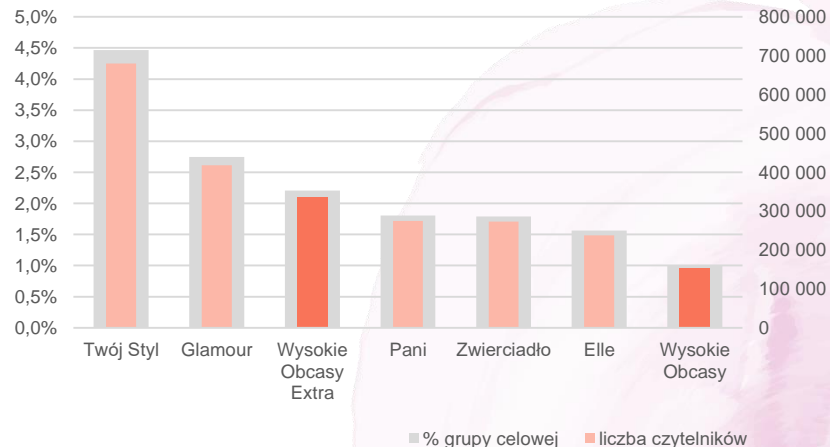


Źródło: Porównanie danych PBC opracowana przez Agora S.A., styczeń - marzec 2023, sprzedaż wydania, dla tygodnika Wysokie Obcasy podano sprzedaż wydania sobotniego Gazety Wyborczej, Viva - dwutygodnik, pozostałe tytuły - miesięcznik. * Sprzedaż wydania oznacza sumę sprzedaży wydania drukowanego, sprzedaży e-wydania, prenumeraty wydania drukowanego i prenumeraty e-wydania
Źródło: Polskie Badania Czytelnictwa, badanie "Zaangażowanie w reklamę", VII 2022 - VI 2023, N= 23 247 (gc: wszyscy 15+), N= 11 Wskaźnik czytelnictwa: CPW. Opracowanie Agora S.A.

Czytelnictwo CCS - wszyscy (15+)



Czytelnictwo CCS - kobiety





Czym się różnimy od reszty (konkurencji)

**Piszemy o rzeczach
nieoczywistych**

**Jesteśmy
do czytania**

**Jesteśmy bardziej
wymagający**

Siła unikalności

**Czytają nas kobiety,
których nie znajdziesz
w konkurencji**

Loyalne, niezależne,
mające swoje zdanie, nie
muszą iść z mainstreamem.

**Jesteśmy
odważni**

Nasze grupy czytelniczek są **rozłączne** = z nami dotrzesz do **szerokiej** grupy kobiet

Docieramy do **2,2 mln osób.**

Współczytelnictwo

Wysokich Obcasów i Wysokich Obcasów Extra to **16,8%**

Współoglądalność

Wysokichobcasów.pl, Wysokich Obcasów
oraz Wysokich Obcasów Extra wynosi jedynie **5%**

My, a konkurencja

Współczytelnictwo

Wysokich Obcasów Extra i Twojego Stylu wynosi jedynie **11%**
natomiast Wysokich Obcasów Extra i Zwierciadła to zaledwie **9%**



Wiemy kim jest czytelniczka #deklaracje

Pragnie wzbogacać swoje rozumienie świata



Nie boi się emocji, ceni szczerść



Otwarta na różnorodne perspektywy



Silna, otwarta na zmiany, odpowiedzialna



Dba o siebie, dom i rodzinę



grupa wyborcza

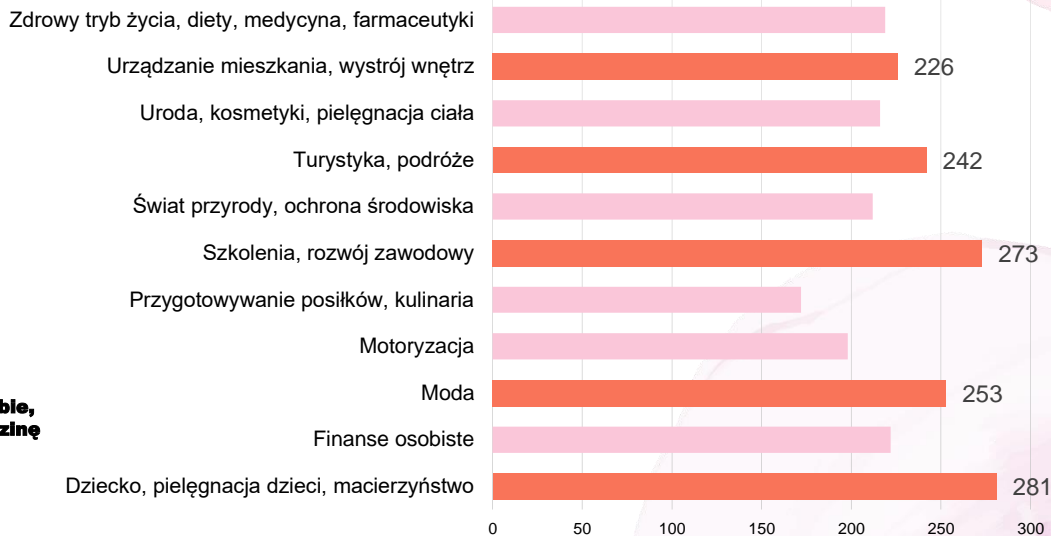
— PEOPLE FIRST. NOT COOKIES. —



Tworzy pozytywne zmiany poprzez zrozumienie i dialog

Zainteresowania tematami w prasie i Internecie

AFFINITY INDEX



Polskie Badania Czytelnictwa, badanie "Zaangażowanie w reklamę", VIII 2022 - I 2023, N= 6 125 (gc: kobiety), wskaźnik CCS - Czytelnictwo Cyklu Sezonowego (zasieg prasy), WWWU30 - Użytkował w ciągu 30 dni (zasieg Internetu) . Opracowanie Agora S.A.

Gwarantujemy dotarcie do zamożnego czytelnika jednocześnie szanując jego uważność

**Czytelnicy ufają nam
czego dowodem jest**

300 tys. aktywnych
subskrypcji

Nasi odbiorcy chcą płacić za wartościowe treści i spędzają na nich więcej czasu (5,5 raza więcej niż niezalogowani)

Nasi użytkownicy deklarują że są zadowoleni ze swojej sytuacji materialnej

Mamy wysokie Viewability

75,45%
zainteresowania w prasie
i internecie

A reklama utrzymuje się długo w polu widzenia użytkowników (średnio 13-14 sekund)

Unikamy clutteru reklamowego, dzięki czemu reklamy wyświetlane u nas są lepiej dostrzegalne

Redaktorki są jak ich czytelniczki



MONIKA TUTAK-GOLL
REDAKTORKA NACZELNA



**MAGDALENA KARST-
ADAMCZYK** SZEFOWA SERWISU
WYSOKIEBCASY.PL

**Są matkami, żonami, partnerkami lub
singielkami...
Robią zakupy na bazarku, w galerii
i w internecie.
Mają kredyty we frankach.
Są kobietami z krwi i kości.
Kochają, pożądają, nienawidzą, marzą...**



ANNA ROSIŃSKA
OBSZAR URODA



KATARZYNA FRENDL
OBSZAR MOTORYZACJA



MAGDALENA KACALAK
OBSZAR MODA I WNĘTRZA



ALEKSANDRA LUBAŃSKA-CZUBAK
OBSZAR URODA, ZDROWIE, KUCHNIA



EWA TOMKOWSKA
OBSZAR ZDROWIE

PISZEMY O TYM CO WAŻNE I MĄDRZE O RZECZACH BŁAŁYCH

ZDROWIE



PARENTING



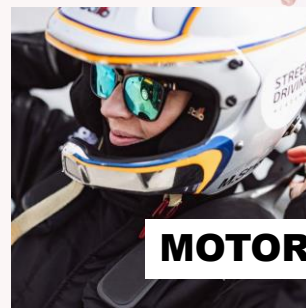
WNĘTRZA



URODA



MOTORYZACJA



A także:

**TECHNOLOGIE
PSYCHOLOGIA
KULTURA
KUCHNIA
PRACA**

PODRÓŻE



MODA



EKOLOGIA



Uroda

URODA | KASJA | BEZPIECZNA
KASA SIOBISKA

CRÈME de la Mer

Centykożysty krem w recepturze szlachetnej 70% lala.
Do skóry jej produktami przynajmniej kilkadziesiąt lat.

Konieczność nawilżenia skóry jest niekwestionowana. Wskazywać na to może chociażby fakt, że 70% powierzchni ciała człowieka jest pokryte skórą. Skóra jest najbardziej wrażliwym narządem człowieka, a jej funkcją jest przede wszystkim ochrona przed szkodliwymi czynnikami zewnętrznymi. Właściwe nawilżenie skóry jest kluczowe dla jej zdrowia i piękna. Kremy z centykożystą lalą są idealnym rozwiązaniem, ponieważ zawierają naturalne składniki, które pomagają w regeneracji i nawilżeniu skóry. Dzięki nim skóra staje się bardziej elastyczna i zdrowa.



REKONSTRUKCJA SKÓRY
Krem z centykożystą lalą pomaga w regeneracji i nawilżeniu skóry. Dzięki niemu skóra staje się bardziej elastyczna i zdrowa.

WYKORZYSTAJ
Krem z centykożystą lalą jest idealnym rozwiązaniem dla skóry, która potrzebuje nawilżenia i regeneracji.

URODA | KOSMETYKI | BEZPIECZNA
KASA SIOBISKA

PROKSYLAN

1 Krem z centykożystą lalą pomaga w regeneracji i nawilżeniu skóry. Dzięki niemu skóra staje się bardziej elastyczna i zdrowa.

2 Krem z centykożystą lalą jest idealnym rozwiązaniem dla skóry, która potrzebuje nawilżenia i regeneracji.

3 Krem z centykożystą lalą pomaga w regeneracji i nawilżeniu skóry. Dzięki niemu skóra staje się bardziej elastyczna i zdrowa.

4 Krem z centykożystą lalą jest idealnym rozwiązaniem dla skóry, która potrzebuje nawilżenia i regeneracji.



IKONA | KASJA | BEZPIECZNA
KASA SIOBISKA

NEOVADIOL

1 Krem z centykożystą lalą pomaga w regeneracji i nawilżeniu skóry. Dzięki niemu skóra staje się bardziej elastyczna i zdrowa.

2 Krem z centykożystą lalą jest idealnym rozwiązaniem dla skóry, która potrzebuje nawilżenia i regeneracji.

3 Krem z centykożystą lalą pomaga w regeneracji i nawilżeniu skóry. Dzięki niemu skóra staje się bardziej elastyczna i zdrowa.

4 Krem z centykożystą lalą jest idealnym rozwiązaniem dla skóry, która potrzebuje nawilżenia i regeneracji.



IKONA | KASJA | BEZPIECZNA
KASA SIOBISKA

WŁOŚCI OMEGA 3-6-9

1 Krem z centykożystą lalą pomaga w regeneracji i nawilżeniu skóry. Dzięki niemu skóra staje się bardziej elastyczna i zdrowa.

2 Krem z centykożystą lalą jest idealnym rozwiązaniem dla skóry, która potrzebuje nawilżenia i regeneracji.

3 Krem z centykożystą lalą pomaga w regeneracji i nawilżeniu skóry. Dzięki niemu skóra staje się bardziej elastyczna i zdrowa.

4 Krem z centykożystą lalą jest idealnym rozwiązaniem dla skóry, która potrzebuje nawilżenia i regeneracji.



TRZY
TRZY

NATURALNE retro

1 Krem z centykożystą lalą pomaga w regeneracji i nawilżeniu skóry. Dzięki niemu skóra staje się bardziej elastyczna i zdrowa.

2 Krem z centykożystą lalą jest idealnym rozwiązaniem dla skóry, która potrzebuje nawilżenia i regeneracji.

3 Krem z centykożystą lalą pomaga w regeneracji i nawilżeniu skóry. Dzięki niemu skóra staje się bardziej elastyczna i zdrowa.

4 Krem z centykożystą lalą jest idealnym rozwiązaniem dla skóry, która potrzebuje nawilżenia i regeneracji.



TRZY | TRZY



TRZY | TRZY



grupa wyborcza
— PEOPLE FIRST. NOT COOKIES. —

Akcje Wysokich Obcasów angażują nasze czytelniczki

Od lat organizujemy dla naszych czytelniczek projekty i akcje które poruszają ponadczasowe tematy albo dotyczą aktualnych potrzeb



Organizujemy plebiscyt w którym nagradzamy silne kobiety



Udowadniamy, że Dziewczynki mogą wszystko i budujemy ich poczucie własnej wartości



2 razy w roku wiosną i jesienią **kreujemy** i pokazujemy aktualne trendy



W ramach festiwalu Women's Voices **sluchamy** najlepszych polskich piosenek



Wspieramy inicjatywy ekologiczne (specjalne wydanie)



Zachęcamy do odkrywania świata



Jesteśmy blisko kobiecych tematów nie tylko zdrowotnych



Spotykamy się z czytelniczkami i rozmawiamy na aktualne tematy

grupa wyborcza
— PEOPLE FIRST. NOT JUST A WORD. —



Wspieramy kobiety na rynku pracy



Organizujemy akcje lifestyle

Stawiamy na różnorodność form

1. Rozmowy z ekspertami
2. Historie i Herstorie
3. Wideo i podcasty
4. Cykle redakcyjne
5. Dodatki tematyczne
6. Debaty ekspertek
7. Projekty edukacyjne
8. Trendy, Butiki, Wywiady



1

JROGA
Jej ojcem był Józef Płocki, a matką Krystyna Radziwiłł. Otworzyła nowe miejsce na mapie Warszawy



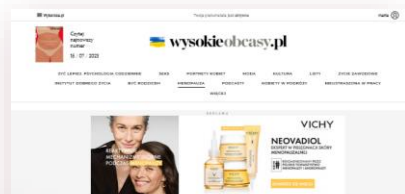
2



3



4



7

Kosmetyki marki Maisson



6



8

Przykłady projektów, przy których byli obecni partnerzy



PARTNERZY



CASE STUDY

STOP MOLESTOWANIU!

Ponad połowa kobiet w naszym kraju doбира garderobę tak, żeby nie paść ofiarą molestowania. A aż 86 proc. osób, świadków molestowania w miejscu publicznym, nadal nie wie, jak zareagować.

Dlatego wraz z marką L'Oreal pokazywaaliśmy jak stawiać granice, korzystać z pomocy i jak reagować jako świadek. Zapraszaliśmy także czytelników i czytelniczki do udziału w szkoleniu z metody 5D.

639 tys. czytelników

złąknęło się z projektem (przynajmniej raz) w wydaniach prasowych

794 tys. UU

na treściach redakcyjnych

550 komentarzy

komentarzy pod artykułami i postami na FB promującymi artykuły

grupa wyborcza
— PEOPLE FIRST. NOT COOKIES. —

wysokieobcasy.pl



REALIZACJA REDAKCYJNA

Serwis akcji, gdzie zebraliśmy po tagu 16 publikacji

Cykl 2 podcastów

7 tekstów w prasie: Gazeta Wyborcza, Wysokie Obcasy, Wysokie Obcasy Extra

Event „Kobiety Wiedzą, Co Robią”

Jak uczyć dzieci asertywności i reagowania na próby molestowania?



PARTNER

YES

CASE STUDY

YES. JESTEM KOBIETĄ

Działania całorocznej akcji skupiały się na przedstawieniu roli kobiet, promowaniu silnego głosu i prawa do wyrażania własnych poglądów kobiet oraz działania zgodnie z własnymi przekonaniami.

Akcja nie uszła uwadze mediów i osób śledzących trendy medialne.

150 tys. zł

Przeznaczono na promocję i wsparcie kobiet

100 tys. zł

Przeznaczono na pomoc Ukrainie

REALIZACJA REDAKCYJNA

Półroczny Cykl Yes Jestem Kobieta w WO i WOE powstała seria tekstów o kobietach i ich ścieżkach życiowych
Specjalne wydanie Wysokich Obcasów z 2072 roku!

Eventy „Kobiety Wiedzą, Co Robią” czy Superbohaterka (nagrody specjalne)
Konkurs na Instagramie WO



wysokieobcasy *extra*

wysokieobcasy.pl



grupa wyborcza
— PEOPLE FIRST. NOT COOKIES. —

PARTNER

CASE STUDY



NIECH ŻYJE WULWA!

Polki na swoje intymne części ciała mówią: pochwa – 45 proc., cipka – 35 proc., wagina – 15 proc., muszelka – 11 proc. „Tam na dole”, „te miejsca” – tak mówi 13 proc. 7 proc. używa nazw joni, pusia, siusia, pupa, pippi. Tylko 1 proc. – wulwa. 13 proc. kobiet nie potrafi w ogóle nazwać swoich narządów płciowych. Jakby nie istniały.

W projekcie NIECH ŻYJE WULWA nie tylko łamałyśmy tabu ale również edukowałyśmy Polki jak dbać o zdrowie intymne.

64 tys. UU

na treściach redakcyjnych

346 tys. osób

w prasie

REALIZACJA REDAKCYJNA

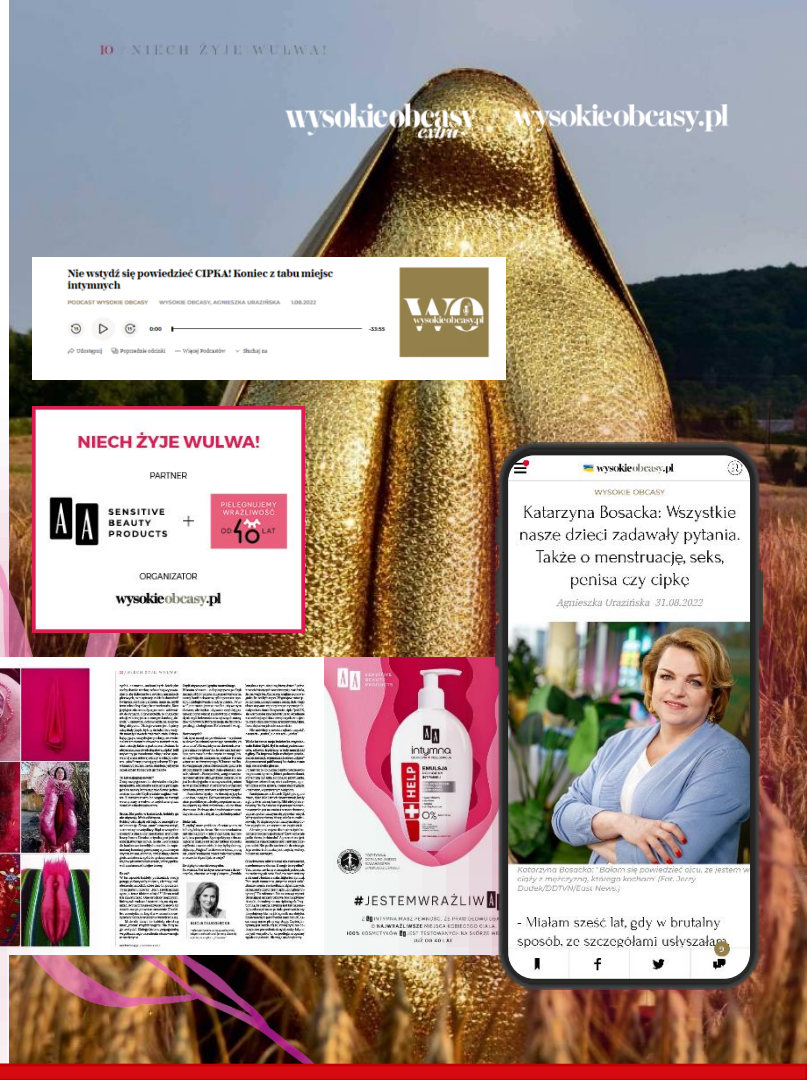
2 publikacje w prasie

5 Publikacji online

Podcast

Konkurs na Instagramie WO

grupa wyborcza
— PEOPLE FIRST. NOT COOKIES. —



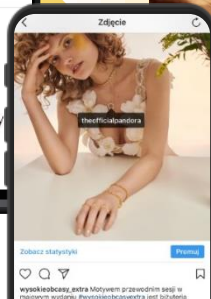
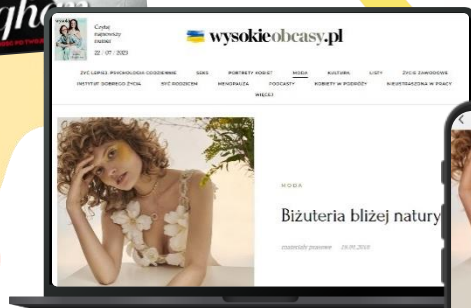
PARTNER

PANDORA
UNFORGETTABLE MOMENTS

CASE STUDY

SESJA: PRZEJAŚNIENIE

wysokieobcasy *extra* wysokieobcasy.pl



grupa wyborcza
— PEOPLE FIRST. NOT COOKIES. —

Wybrane działania redakcyjne

grupa wyborcza
— PEOPLE FIRST. NOT COOKIES. —



TRENDY



MAGDALENA GRABOWSKA ROMANO
Wiosna to czas, kiedy natura wraca do życia. W tym czasie warto zwrócić uwagę na naturalne produkty kosmetyczne, które nie tylko pielęgnują skórę, ale także mają przyjemny zapach i są przyjazne dla środowiska.

IRINA GLASZCZA
Wiosna to czas, kiedy natura wraca do życia. W tym czasie warto zwrócić uwagę na naturalne produkty kosmetyczne, które nie tylko pielęgnują skórę, ale także mają przyjemny zapach i są przyjazne dla środowiska.

RYAN REYNOLDS
Wiosna to czas, kiedy natura wraca do życia. W tym czasie warto zwrócić uwagę na naturalne produkty kosmetyczne, które nie tylko pielęgnują skórę, ale także mają przyjemny zapach i są przyjazne dla środowiska.

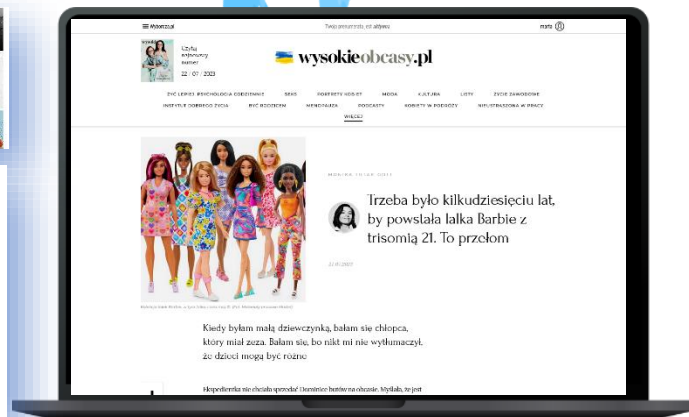
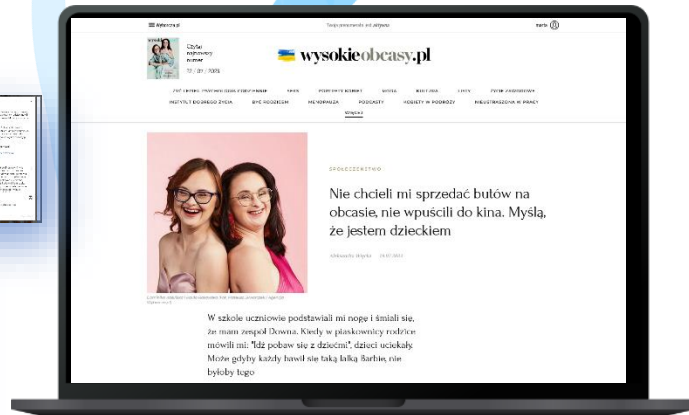
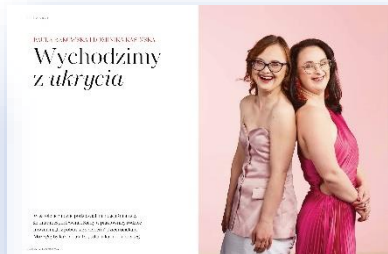
Wiosna to czas, kiedy natura wraca do życia. W tym czasie warto zwrócić uwagę na naturalne produkty kosmetyczne, które nie tylko pielęgnują skórę, ale także mają przyjemny zapach i są przyjazne dla środowiska.

Wiosna to czas, kiedy natura wraca do życia. W tym czasie warto zwrócić uwagę na naturalne produkty kosmetyczne, które nie tylko pielęgnują skórę, ale także mają przyjemny zapach i są przyjazne dla środowiska.

SPOŁECZNE

wysokieobcasy.pl

wyborcza



HISTORIA MARKI



Z nami zyskasz największe korzyści

Wykorzystaj

siłę naszej marki znanej na rynku z mocnych projektów społecznych, której nie trzeba przedstawiać cieszącej się poważaniem społeczności

wielomediowość (prasę, serwis, newslettery, platformy podcastowe, eventy) i różnorodne formaty reklamowe, dzięki czemu zwiększysz skuteczność przekazu



Wyeksponujesz markę przy konkretnym, dopasowanym temacie, tak, by wzmocnić skojarzenie z obszarem, na którym najbardziej Ci zależy



Będiesz edukować konsumentów. Zaprezentujesz swoich ekspertów i ambasadorów przy merytorycznych treściach, przez co ugruntujesz wiarygodność swojej marki



Dotrzesz do zamożnych użytkowników, mieszkańców miast, zajmujących wyższe pozycje zawodowe, dobrze wykształconych, otwartych i ciekawych świata, aktywnych konsumentów

Kobieca strona

ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY

grupa wyborcza

— PEOPLE FIRST. NOT COOKIES.—

