

Jesteśmy po to,

byś mógł
się rozwijać





Największe pismo rolnicze w Polsce



-  cykl wydawniczy: **tygodnik**
-  liczba wydań rocznie: **48**
-  nakład – **55 000 egz.**
-  **80% nakładu** w prenumeracie
-  średnia miesięczna liczba czytelników – **332 000**
-  zasięg: **ogólnopolski**
-  ponad 66 000 polubień i ponad 70 000 obserwujących
-  ponad 11 000 subskrybentów
-  użytkownicy 3,3 mln; liczba zdarzeń 41 mln; wyświetlenia 15 mln; sesje 11 mln (kwiecień – wrzesień 2023 GA4)

www.tygodnik-rolniczy.pl

PBC Źródło:
Polskie Badania Czytelnictwa



Spektrum skutecznych reklam

Reklama na stronie tytułowej



naszywka dla wydań targowych

naszywka na wyłączność

NOWOŚĆ! Naszywka na grzbiet gazety



okienko na stronie tytułowej

pasek u dołu strony tytułowej



Reklamy wewnątrz pisma



wszywka w grzbiecie gazety 1/2 strony
wpinane w środek pisma elementy reklamowe
o minimalnej objętości czterech stron



wszywki w grzbiecie gazety cała strona
wpinane w środek pisma elementy reklamowe
o minimalnej objętości czterech stron



reklamy z wklejką
wystającą poza krawędź gazety



reklama typu wyspa

Reklamy wewnątrz pisma



Kampania reklamowa Ekspert radzi:

- publikacja artykułów przygotowanych przez Ekspertów Reklamodawcy (forma informacyjna i doradcza)
- wydanie drukowane
- na stronie internetowej www.tygodnik-rolniczy.pl oraz w aplikacji
- baner na stronie internetowej www.tygodnik-rolniczy.pl
- post z przekierowaniem do publikacji na naszym profilu FB



Publikacja specjalna:

- 1/2 powierzchni – reklama graficzna
- + 1/2 powierzchni – artykuł reklamodawcy

Reklamy w Tygodniku Poradniku Rolniczym w formie insertów

Wysyłka wg kryteriów: cały nakład, prenumeratorzy, zakres terenowy (województwo, powiat), wielkość gospodarstwa, rodzaj uprawy i hodowli



insert z gadżetem klienta



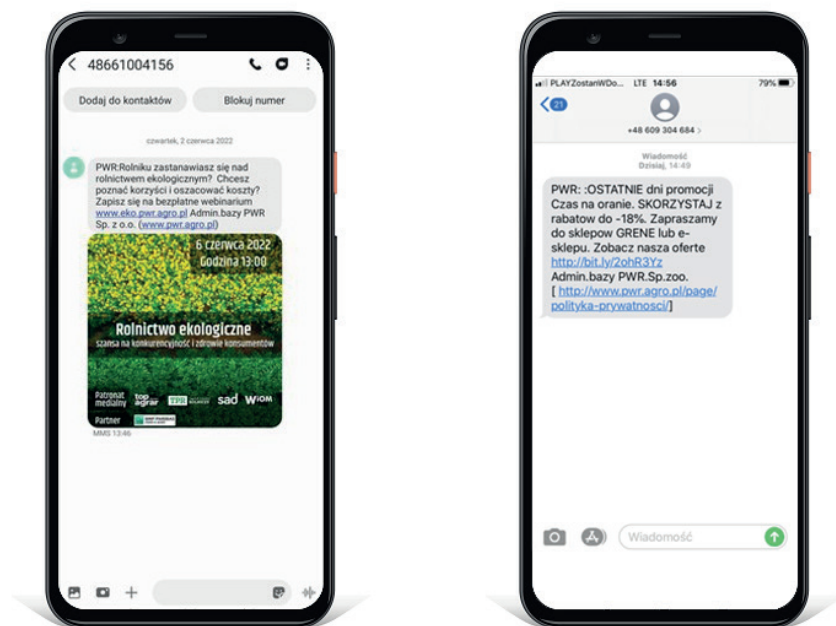
tablica lepowa



insert gadżetu reklamowego

Kampania sms/mms

Wysyłka wg kryteriów:
zakres terenowy, wielkość gospodarstwa, rodzaj uprawy i hodowli



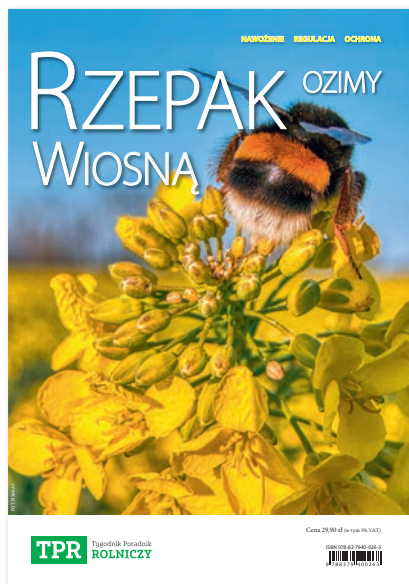
Baza klientów ze zgodami na przesyłanie treści marketingowych: 86 000 rekordów

Pakiety print + online

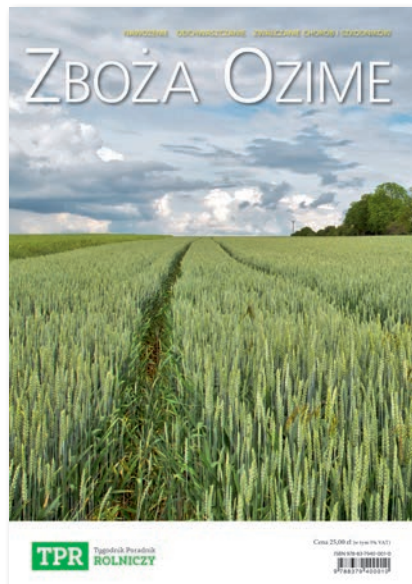
- **BASIC** - 1/4 strony print + navibox 300 x 250 px + baner na mobile
- **PREMIUM** - 1/3 strony print + baner w nagłówku 940 x 200 px + 750 x 300 px + baner na mobile
- **PROFESSIONAL** - 1/2 strony print + 750 x 300 px + baner triple billboard 750x300px + baner na mobile
- **PROFESSIONAL PLUS** - 1/1 strony publikacja specjalna print + baner triple billboard 750x300px + baner na mobile



Publikacje tematyczne w 2024r.:



Objętość: do 54 str.
Format: A4
Termin wydania: luty
Proponowany nakład: 30 000 egz.



Objętość: do 54 str.
Format: A4
Termin wydania: sierpień
Proponowany nakład: 30 000 egz.



Objętość: do 54 str.
Format: A4
Termin wydania: wrzesień
Proponowany nakład: 30 000 egz.

Cykl „Czy rolnikowi opłaca się ...”

4 MOCNE KANAŁY KOMUNIKACJI:

- Gazeta ok. **55 000** nakładu, **80%** w prenumeracie
- Portal generujący średnio **3 700 000** odwiedzin miesięcznie
- Facebook ponad **70 000** obserwujących
- YouTube ponad **11 000** subskrybentów

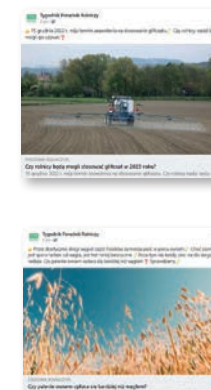
TPR Tygodnik Poradnik
ROLNICZY



www.tygodnik-rolniczy.pl



f facebook



Instagram



Poradnik rolnika

Wyzwania, przed którymi stoi rolnik

- video ok. 10 minut (rozmowa z ekspertem) + emisja na kanale YT
- artykuł redakcyjny na stronie www.tygodnik-rolniczy.pl
- post promujący video na FB, Instagram



www.youtube.com/watch?v=l1VWo93djk&list=PL2p4NNJ-SiMJ-mLS7JisbMZ5NMpDUFcQF8&index=9&t=142s

www.tygodnik-rolniczy.pl



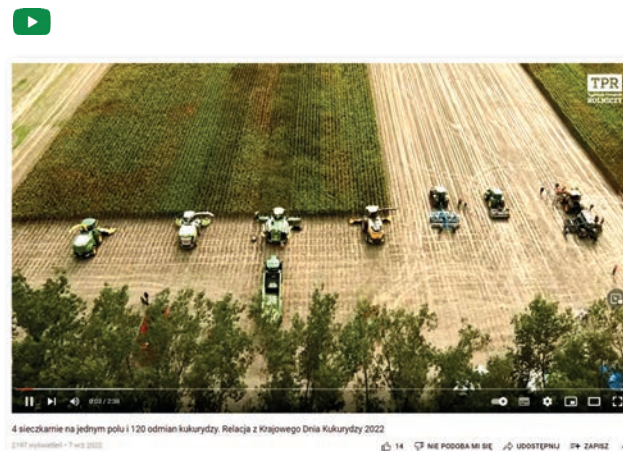
www.tygodnik-rolniczy.pl/maszyny-rolnicze/jak-dbac-o-ladowarke-teleskopowa-aby-pracowala-jak-najdluzej-wideo-2433817



Krajowy Dzień Kukurydzy wrzesień 2024

Podczas wydarzenia zaprezentujemy rolnikom z całej Polski:

- ponad 100 odmian kukurydzy 18-tu firm
- poletka pokazowe z merytorycznym wprowadzeniem i scharakteryzowaniem danej odmiany
- aktywny pokaz maszyn najważniejszych producentów na rynku



Inne formy współpracy



- objęcie patronatem medialnym oraz organizowanie imprez rolniczych, takich jak: Dni Pola, seminaria, konferencje, Demo Tour itp.



- współorganizacja konkursów, quizów – realizacja w druku, na portalu, we wszystkich kanałach komunikacyjnych, w tym social mediach



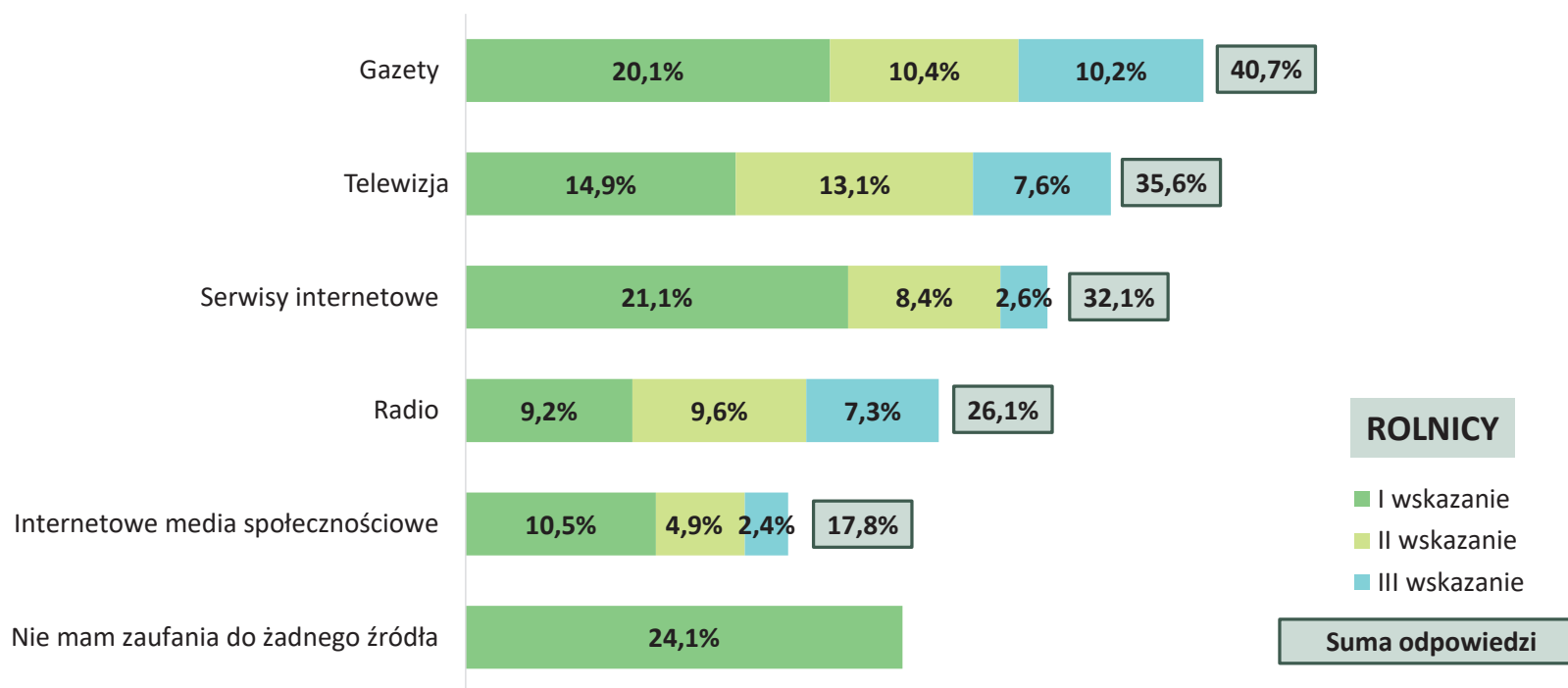
- wykonywanie usług mailingowych do wybranej grupy docelowej



- realizacja usług telemarketingowych o charakterze badawczym lub sprzedażowym wyprofilowanych pod potrzeby klienta

Ocena instytucji działających na rzecz rolnictwa i obszarów wiejskich

Do jakiego źródła informacji ma Pan(i) największe zaufanie jeśli chodzi o informacje na temat tego co się dzieje w rolnictwie?



Rolnicy (N=617).

Wielokrotny wybór zgodnie z hierarchią, gdzie I wskazanie to największa istotność.