



TUR-INFO.PL

O nas

TUR-INFO.PL to lider wśród turystycznych internetowych serwisów informacyjnych. To serwis skierowany do osób zawodowo związanych z turystyką – właścicieli i pracowników biur turystycznych, hoteli, pensjonatów, lokali gastronomicznych, przewoźników autokarowych, lotniczych, morskich, oraz dostawców i usługodawców dla branży. Naszymi czytelnikami są również pracownicy i członkowie organizacji, stowarzyszeń, jednostek samorządowych, zajmujący się promocją turystyki, oraz dziennikarze specjalizujący się w tej dziedzinie gospodarki. Możemy śmiało powiedzieć, że czytają nas wszyscy, którzy chcą wiedzieć na bieżąco, co dzieje się w turystyce.

Podstawowym celem Serwisu Informacyjnego TUR-INFO.PL jest szybki i rzetelny przekaz informacji w branży. Dlatego codziennie na stronach naszego serwisu publikowane są najbardziej aktualne informacje ze "świata turystyki": piszemy o bieżących wydarzeniach związanych z branżą, zmianach podatkowych i prawnych, informujemy o nowych funduszach unijnych przeznaczonych na rozwój firm związanych z branżą, przedstawiamy interesujące analizy, podsumowania i prognozy dla poszczególnych sektorów turystyki, oraz publikujemy informacje o szkoleniach branżowych, kongresach i seminariach. Piszemy także o nowościach oraz specjalnych ofertach poszczególnych firm.

Wszystkie informacje publikowane na łamach naszego serwisu są dostępne dla czytelników na stronach **TUR-INFO.PL** non-stop. Dodatkowo, są rozsyłane do ponad **21,7 tysięcy stałych czytelników** (stan na 1.08.2010) w postaci newsletterów - dziennika i tygodników branżowych.

Serwis Informacyjny Branży Turystycznej powstał w kwietniu 2003 roku. W tym czasie dostarczył czytelnikom ponad 27 tysięcy aktualności. Początkowo był częścią Internetowych Targów Turystycznych TUR-TARGI.PL. Od 16 marca 2005 roku funkcjonuje jako samodzielny portal informacyjny **TUR-INFO.PL**.

Dlaczego reklama na TUR-INFO.PL?

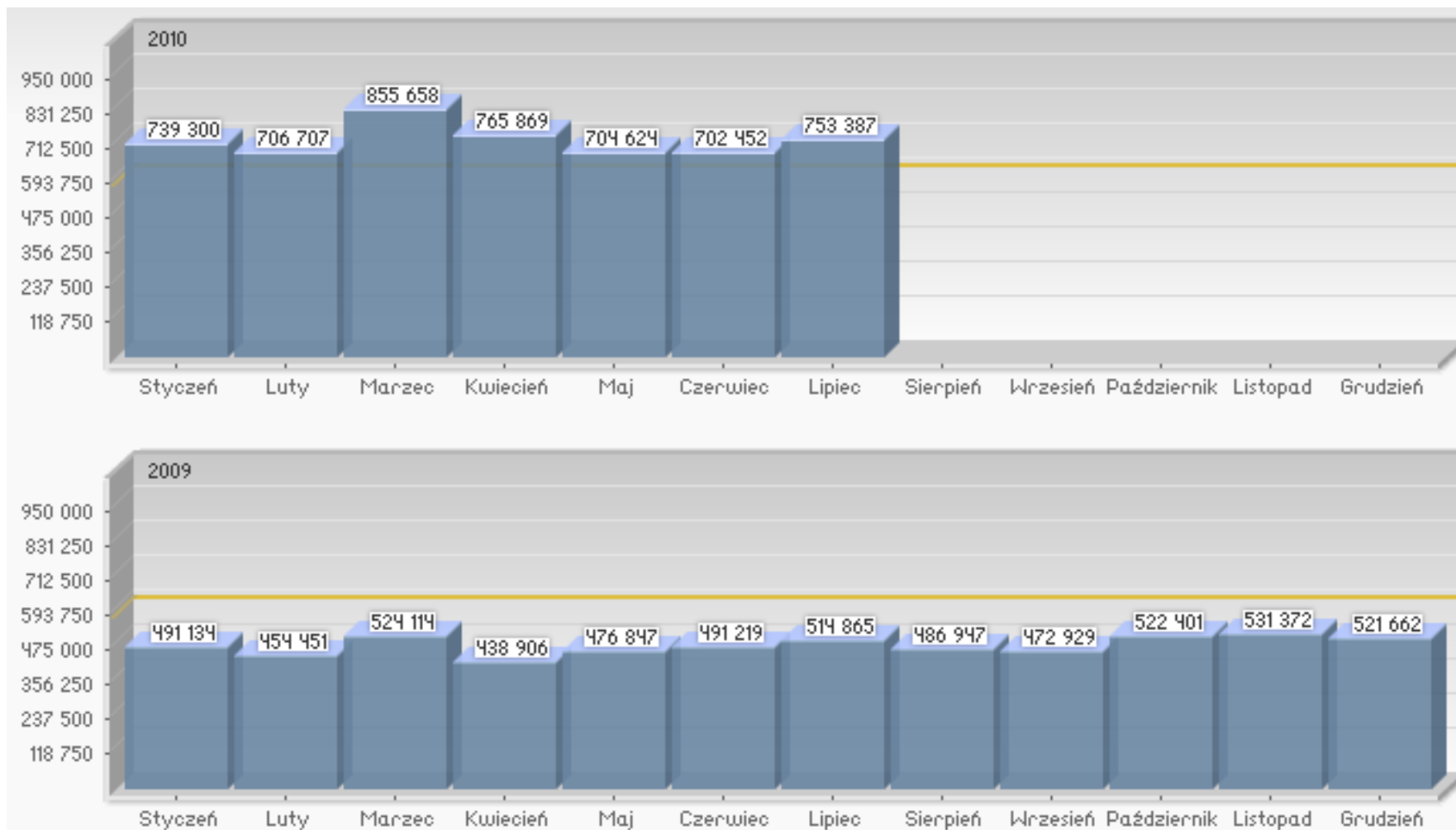
Jeśli masz wątpliwości, czy Twoja Firma zyska na reklamie w Serwisie Informacyjnym Branży Turystycznej **TUR-INFO.PL**, proszę o poświęcenie dla nas chwili i poznanie 5 głównych przyczyn dlaczego reklama u nas jest lepsza niż gdziekolwiek indziej:

- **jest efektywna cenowo:** płacisz tylko za rzeczywistych odbiorców reklamy, a nie płacisz za to, że ktoś odłożył na półkę, bądź wyrzucił do śmieci wydawnictwo z reklamą;
- **jest interaktywna:** wygodniejsza i szybsza dla odbiorcy, każdy zainteresowany może od razu dowiedzieć się więcej;
- **jest elastyczna:** można dostosowywać jej treść do rzeczywistych potrzeb, jeżeli okazuje się nieskuteczna, to można łatwo ją zmienić;
- **można sprawdzić jej rzeczywistą skuteczność:** mierzalne są zarówno odsłony, jak i reakcja - nie ma tego przy drukowanej reklamie, gdzie często nigdy nie dowiesz się jaki efekt przyniosła wykupiona reklama,
- **trafia do unikalnej grupy docelowej.**

Aktualne statystyki serwisu **TUR-INFO.PL**, oraz informacje o liczbie zarejestrowanych czytelników są dostępne na stronie:

<http://www.tur-info.pl/reklama/>

Statystyki za 2009/2010 rok



Ilość branżowych odsłon Serwisu Informacyjnego Branży Turystycznej w kolejnych miesiącach 2009/2010 roku wg. stat24.com

Jakie formy reklamy oferujemy?

Serwis Informacyjny Branży Turystycznej TUR-INFO.PL oferuje kilka form reklamy:

- bannery billboard,
- wstawki śródtekstowe,
- stałe elementy graficzne w szpaltach bocznych i w górze szpalty głównej,
- ramki w newsletterach,
- mailingi,
- oraz kilka innych dodatkowych form.

Dla większości kampanii reklamowych zalecane jest łączenia kilku form reklamy w celu osiągnięcia lepszego dotarcia do wszystkich możliwych użytkowników serwisu. Dzięki łączeniu np. form stałe obecnych z elementami wyświetlanymi rotacyjnie lub łącząc elementy reklamowe z mailingiem zapewniamy sobie dotarcie do szerszej grupy odbiorców, niż gdybyśmy skupili się na jednej formie reklamy.

Dostępne formy reklamy w serwisie:

A – BANNER BILLBOARD to największy format bannera dostępny w serwisie. Jest on dwa i pół raza większy od tradycyjnego bannera i dużo skuteczniejszy. Zajmuje stałą pozycję na górze strony.

B – WSTAWKA REKLAMOWA to skuteczne narzędzie promocji. Ma formę ramki lub dowolnego elementu reklamowego (graficznego lub tekstowego) umieszczanego wewnątrz aktualności prezentowanej w serwisie informacyjnym. Wybór takiego miejsca gwarantuje skupienie uwagi odbiorcy, co w efekcie daje wysoką skuteczność tak umieszczanych elementów reklamowych.

C – ELEMENT POLECANY stale obecny w szpaltach bocznych serwisu. Wyświetlany na każdej stronie serwisu. Atrakcyjny wygląd elementu polecanego oraz krótki i właściwie sformułowany podpis pozwala zainteresować zwiedzającego, i skłonić go do kliknięcia w element polecany.

D – BANNER DOLNY to mniejszy banner, który swoją niską ceną i możliwą większą agresywności wizualnej rekompensuje mniejszą wielkość i niską pozycję na stronie. Dzięki elementom ruchomym, jest to forma reklamy nie mniej skuteczna niż inne.

TUR-INFO.PL Serwis Informacyjny Branży Turystycznej

A – BANNER BILLBOARD

G - PASEK

Aktualności: wszystkie
Polskie morze atrakcyjne...

Domy i działki nad polskim morzem stały się bardzo atrakcyjnym kąskiem dla naszych zachodnich sąsiadów oraz dla Skandynawów. Powodem są ceny nieruchomości, które są nawet cztery razy niższe niż we wspomnianych krajach.

reklama

B - WSTAWKA

S-1-L

Wyszukiwarka
Szukaj

Polecamy

C-1-L

C-2-L

C-3-L

C-4-L

S-1-P

S-2-P

Aktualności

- Będą wyjątkowo drogie bilety lotnicze na tegoroczne święta?
- Norwegian: będzie biomedyczna identyfikacja pasażerów?
- Otwarto pierwszy na świecie bezgwiazdkowy hotel
- Vienna International Hotels wkracza do Rosji
- Ruszył nowy stacyjny oddział portalu VTrip.pl

więcej »

Polecamy

C-2-P

C-3-P

C-4-P

"Żona przyjeżdżała często do Świnoujścia na masaż, dużo płaciłszy za hotele" - opowiada Rudolf Metzloff z Berlina, który od niedawna może się pochwalić mieszkaniem w Świnoujściu. Kupił je z myślą o letnim wypoczynku, ale spędza tu z żoną także zimowe weekendy, święta Bożego Narodzenia, sylwestra, mimo że z Berlina muszą przejechać blisko 200 km.

Niemcy i Skandynawowie szukają nad polskim morzem 2-3-pokojowych mieszkań lub małych domków. Wolą raz zainwestować i przyjeżdżać "na swoje" niż płacić polskiemu hotelom, czy pensjonatom, które stają się coraz droższe. "Tylko w styczniu o nieruchomości nad morzem pytało mnie ponad 50 chętnych z zagranicy. Mam klientów, którzy zdecydowali się sprzedać dom w Hiszpanii, żeby znaleźć coś u nas" - zdradza Piotr Romanowicz, szef szczecińskiej agencji nieruchomości.

"Żona przyjeżdżała często do Świnoujścia na masaż, dużo płaciłszy za hotele" - opowiada Rudolf Metzloff z Berlina, który od niedawna może się pochwalić mieszkaniem w Świnoujściu. Kupił je z myślą o letnim wypoczynku, ale spędza tu z żoną także zimowe weekendy, święta Bożego Narodzenia, sylwestra, mimo że z Berlina muszą przejechać blisko 200 km.

Niemcy i Skandynawowie szukają nad polskim morzem 2-3-pokojowych mieszkań lub małych domków. Wolą raz zainwestować i przyjeżdżać "na swoje" niż płacić polskiemu hotelom, czy pensjonatom, które stają się coraz droższe. "Tylko w styczniu o nieruchomości nad morzem pytało mnie ponad 50 chętnych z zagranicy. Mam klientów, którzy zdecydowali się sprzedać dom w Hiszpanii, żeby znaleźć coś u nas" - zdradza Piotr Romanowicz, szef szczecińskiej agencji nieruchomości.

E – RAMKA REKLAMOWA w newsletterach to przekaz reklamowy skierowany do branży turystycznej - właścicieli i pracowników firm branży, pracowników organizacji turystycznych, redaktorów prasy branżowej itd. Przekaz może zawierać reklamę produktów lub usług, informować o wydarzeniach ważnych dla branży (np. targi, fora, konferencje, konkursy branżowe) lub zawierać treści charakterystyczne dla ogłoszenia.

F – ELEMENT REKLAMOWY pojawia się w szpaltach bocznych serwisu poniżej elementów polecanych (od których jest oddzielony ankietą lub informacją o ogłoszeniach). Jest on umieszczony na każdej stronie serwisu. Atrakcyjny wygląd elementu pozwala jednak skutecznie trafić szczególnie do turystów odwiedzających serwis.

G – PASEK REKLAMOWY pojawia się na każdej stronie serwisu w środkowej szpalcie u góry. Jest dobrze zauważany przez czytelników z racji wyjścia z obszarów reklamowych (góra i boki), co w pełni rekompensuje jego mniejszy rozmiar.

S – SPECJALNY ELEMENT POLECANY pojawia się w szpaltach bocznych serwisu u góry. Jest większy niż element polecany (szczegóły w specyfikacji technicznej). Atrakcyjny element w tej lokalizacji pozwala uzyskać wysokie zainteresowanie odwiedzających stronę.

The screenshot displays the layout of the TUR-INFO.PL website. On the left side, there is a vertical sidebar with yellow buttons labeled C-5-L, C-6-L, C-7-L, C-8-L, and a menu titled 'Ogłoszenia' with sub-items like 'Last minute do branży', 'Dla turystów', 'Kupię', 'Sprzedam', 'Wynajmę', 'Oddam w wynajem', 'Dam pracę', and 'Szukam pracy'. Below this are more yellow buttons labeled F-1-L, F-2-L, and F-3-L. The main content area features a large yellow banner at the bottom labeled 'D - BANNER DOLNY'. On the right side, there is another vertical sidebar with yellow buttons labeled C-5-P, C-6-P, C-7-P, C-8-P, and a menu titled 'Ankieta' with the question 'Czy powinna powstać oficjalna czarna lista turystów naciągających biura podróży?' and options 'Tak', 'Nie', and 'Najpierw trzeba poprawić prawo'. Below this are yellow buttons labeled F-1-P, F-2-P, and F-3-P. The central content area contains text about a travel agency and lists of news items under categories like 'Dział gastronomia', 'Dział hotele, pensjonaty', and 'Dział dla turystów'. At the bottom, there is a footer with the text 'TUR-INFO.PL. Wszystkie prawa zastrzeżone.' and navigation links: 'strona główna | kontakt | reklama | praca | polityka prywatności | dodaj informacj'.

Formy reklamy związane z serwisem i jego użytkownikami

M - MAILING DO SUBSKRYBENTÓW serwis posiada dużą i stale rosnącą bazę subskrybentów. Zapisując się na newslettery wyrazili oni zgodę na otrzymywanie informacji reklamowych przekazywanych za pośrednictwem naszego serwisu. Mailing może być przeprowadzany zarówno do wszystkich jak i do wybranej grupy subskrybentów (np. według subskrybowanego newslettera). Danych subskrybentów nie udostępniamy – wysyłka odbywa się z naszego serwera.

O – OGŁOSZENIA SPECJALNE to forma ogłoszenia przygotowanego całkowicie indywidualnie dla ogłoszeniodawcy. Takie ogłoszenie specjalne jest przygotowywane w HTML i może zawierać dowolną zawartość począwszy od graficznego nagłówka, a skończywszy na zdjęciach i logo ogłoszeniodawcy. Jest też ono prezentowane na liście ogłoszeń przed ogłoszeniami nie będącymi ogłoszeniami specjalnymi.

Ramka reklamowa to element reklamowy występujący w newsletterach, wysyłanych do subskrybentów. Jest to przekaz reklamowy skierowany do branży turystycznej - właścicieli i pracowników firm branży, pracowników organizacji turystycznych, redaktorów prasy branżowej itd. Przekaz może zawierać reklamę produktów lub usług, informować o wydarzeniach ważnych dla branży (np. targi, fora, konferencje, konkursy branżowe) lub zawierać treści charakterystyczne dla ogłoszenia.

Ramki reklamowe mogą być zamieszczane w:

- Dzienniku Branżowym
- Podsumowaniu tygodnia w turystyce & HoReCa (tygodnik)
- Tygodniku dla Biur Turystycznych
- Tygodniku dla Hotelarzy i Kwaterodawców
- Tygodniku dla Przewoźników
- Dwutygodniku dla Gastronomii

Podsumowanie

Podsumowując – dostępne formy reklamy dzielimy na dwa główne typy:

1. Stale obecne na stronie i zawsze wyświetlanie na tej samej pozycji,
2. Sprzedawane na odsłony i płacone za konkretną ilość wyświetleń reklamy.

oraz są formy reklamy dodatkowe, które stanowią uzupełnienie standardowych form reklamy.

Do pierwszego typu (stale obecnych) należą:

- Specjalne elementy polecane „S”
- Pasek reklamowy „G”
- Elementy polecane „C”
- Elementy reklamowe „F”

Do drugiego typu (sprzedawanych na odsłony) należą:

- Banner billboard „A”
- Wstawka reklamowa „B”
- Banner dolny „D”

Z klasyfikacji wyłamują się: ramka reklamowa „E”, mailing „M” i ogłoszenie specjalne „O”. Elementy te mają nieco odmienne sposoby rozliczania (inne dla każdego z nich np. ramka reklamowa jest rozliczana na ilość wysyłek i jej cena zależy od ilości newsletterów jakie zostaną z tą ramką przesłane). Elementy sprzedawane na odsłony nie są prezentowane w odsłonach wyłączonych ze względu na wejścia nie-targetowych użytkowników.

Skuteczność dotarcia reklamy do odbiorcy przy użyciu poszczególnych elementów można uszeregować następująco:

1. Megabanner „A” lub wstawka „B” (wstawka preferowana jest dla treści skierowanych wyłącznie do branży)
1. Pasek reklamowy „G”
2. Specjalne elementy polecane „S”
3. Mailing „M”
4. Ogłoszenie specjalne „O” (jeśli przedmiot reklamy jest dobrze związany z określoną grupą ogłoszeń np. oferta pracy)
5. Wysokie elementy polecane „C” do C-4 włącznie
2. Niskie elementy polecane „C-5” i niżej
6. Elementy reklamowe „F”

Ramka reklamowa „E” i banner „D” są zalecane jako formy wspierające i nie powinny być używane jako główny nośnik danej reklamy w serwisie.

Istnieje możliwość stworzenia indywidualnej kampanii, złożonej z wielu form reklamy, dostosowanej do potrzeb Twojej Firmy. Cena oraz warunki takiej kampanii reklamowej są negocjowane indywidualnie.

Aktualny ramowy cennik reklamy i specyfikacja techniczna są dostępne tutaj:

<http://www.tur-info.pl/reklama/>

Cennik reklamy – elementy odsłonowe

FORMA REKLAMY	CENA NETTO
BANNER BILLBOARD „A” wyświetla się na górze strony serwisu, jest najbardziej widocznym elementem strony	2000 zł / 100 tys. odsłon
BANNER BILLBOARD „A” wersja double o podwójnej wysokości wyświetla się na górze strony serwisu, jest najbardziej widocznym elementem strony	3000 zł / 100 tys. odsłon
WSTAWKA REKLAMOWA „B” wstawki wyświetlają się aktualnościach i ich listach, po pierwszym akapicie lub po pierwszym bloku tekstu	2200 zł / 100 tys. odsłon
BANNER DOLNY „D” jest stosunkowo nisko, ale niższa cena i dodatkowe możliwości bardziej agresywnej wizualnie	300 zł / 100 tys. odsłon

Cennik reklamy – elementy stałe

FORMAT REKLAMY	CENA NETTO ZA MIESIĄC:
ELEMENT POLECANY „C” w lewej szpalcie bocznej, stała pozycja, minimalny okres prezentacji to kwartał	C-1-L - 390zł C-2-L - 280zł C-3-L - 250zł C-4-L - 220zł C-5-L - 190zł C-6-L - 170zł C-7-L - 150zł C-8-L - 130zł
ELEMENT POLECANY „C” w prawej szpalcie bocznej, stała pozycja, minimalny okres prezentacji to kwartał	C-2-P - 320zł C-3-P - 250zł C-4-P - 220zł C-5-P - 190zł C-6-P - 170zł C-7-P - 150zł C-8-P - 130zł
SPECJALNY ELEMENT POLECANY (S) w prawej szpalcie bocznej, stała pozycja, minimalny okres prezentacji to kwartał	S-1-L - 700zł S-1-P - 650zł S-2-P - 600zł
ELEMENT REKLAMOWY (F) w prawej lub lewej szpalcie bocznej, stała pozycja, minimalny okres prezentacji to pół roku	cenę za jeden miesiąc na miejscu: każdy element „F” - 50zł
G – PASEK REKLAMOWY pasek w u góry w szpalcie głównej serwisu	750zł

Cennik reklamy – formy pozostałe

FORMAT REKLAMY	CENA NETTO
O – OGŁOSZENIA SPECJALNE ogłoszenie graficzne z pierwszeństwem na liście	100zł - 7 dni 150zł - 14 dni 300zł - 1 miesiąc
M – MAILING wysyłka reklamowa do subskrybentów lub użytkowników serwisu	cena do uzgodnienia zależnie od warunków wysyłki

Na życzenie klienta przygotowujemy niestandardowe akcje reklamowe – zakres i możliwości ograniczone są jedynie zachowaniem użytkowej formy serwisu i nie utrudnianiem korzystania z niego użytkownikom.

Dziękujemy za uwagę.

Dział reklamy TUR-INFO.PL

Łukasz Odziewa

l.odziewa@tur-info.pl

tel. +48 (12) 267 79 70

fax +48 (12) 350 44 90