



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 **25,4 tysiąca stałych czytelników** (stan na 01.01.2012) w postaci newsletterów - dziennika i tygodników branżowych.

Serwis Informacyjny Branży Turystycznej powstał w kwietniu 2003 roku. W tym czasie dostarczył czytelnikom ponad 30 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?

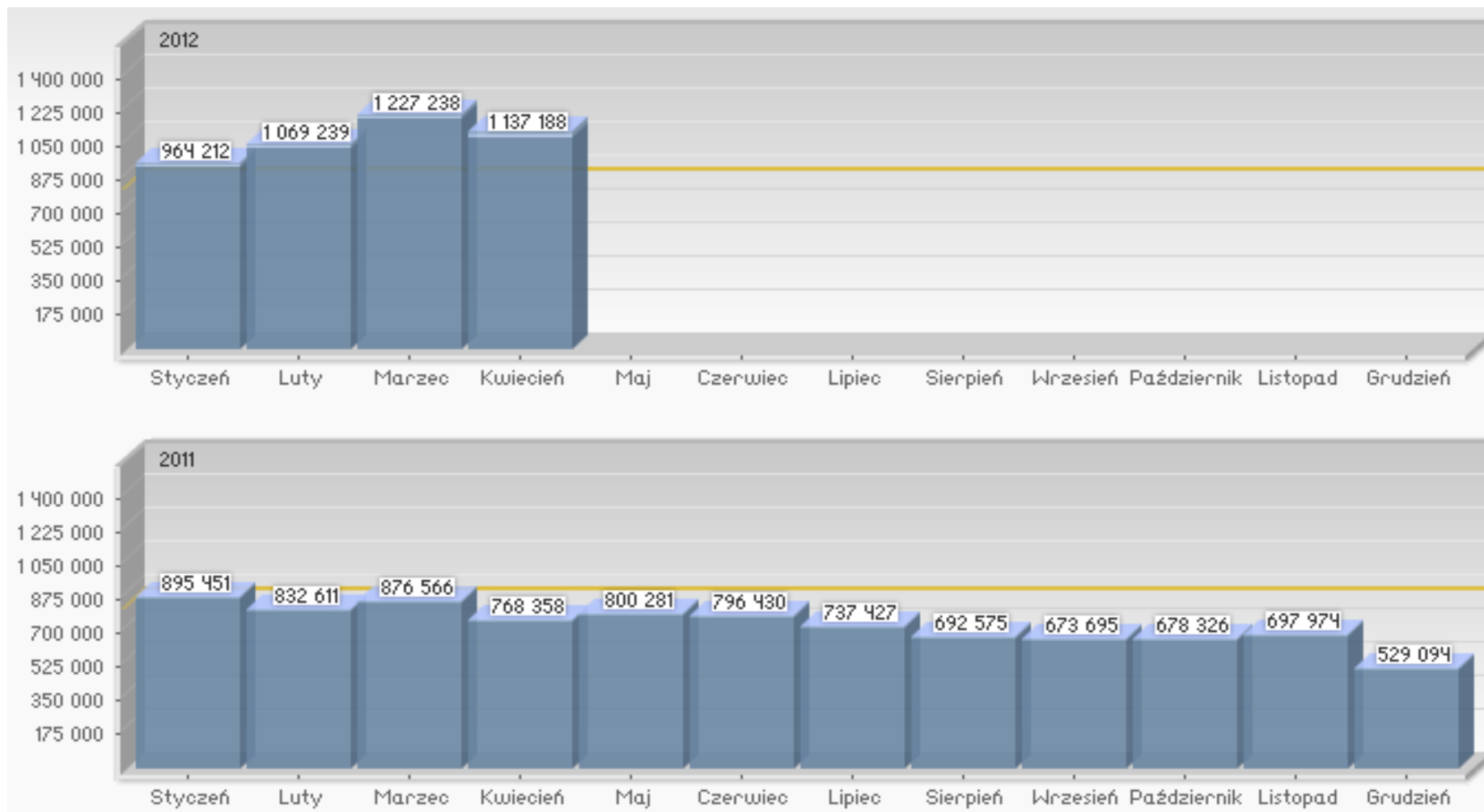
Jeśli masz wątpliwości, czy Twoja Firma zyska na reklamie w Serwisie Informacyjnym Branży Turystycznej **TUR-INFO.PL**, proszę o poświęcenie dla nas chwili i poznanie 5 głównych przyczyn dlaczego reklama u nas jest lepsza niż gdziekolwiek indziej:

- **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 w ostatnim okresie



Ilość branzowych odsłon Serwisu Informacyjnego Branży Turystycznej w ostatnich dwóch latach wg. stat24.com

Jakie formy reklamy oferujemy?

Serwis Informacyjny Branży Turystycznej [TUR-INFO.PL](https://tur-info.pl) oferuje kilka form reklamy:

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

Dla większości kampanii reklamowych zalecane jest łączenie kilku form reklamy w celu osiągnięcia lepszego dotarcia do wszystkich możliwych użytkowników serwisu. Dzięki łączeniu np. form stale 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 baniera dostępny w serwisie. Jego główną zaletą jest skuteczność dotarcia do odbiorcy. Zajmuje pozycję na górze strony.

W i K– ELEMENT SZCZEGÓLNIIE POLECANY stale obecny w szpaltach bocznych serwisu u góry strony. 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.

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,

The screenshot displays the TUR-INFO.PL website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo and the text 'SERWIS INFORMACYJNY BRANŻY TURYSTYCZNEJ'. A 'Kalendarium' widget in the top right corner shows dates and events. Below the navigation bar, there are several content blocks: 'Aktualności' with a large banner (A) and a list of news items; 'Aktualności dnia' with a featured article and a sidebar with 'W-1-L', 'W-2-L', and 'W-3-L' elements; 'Ogłoszenia' with a list of travel-related ads; 'Biura podróży' with a featured article and a sidebar with 'W-4-L' and 'K-1-P', 'K-2-P', 'K-3-P', and 'K-4-P' elements; and a 'Subskrypcja' section. The website uses a blue and white color scheme with various icons and text boxes.

co daje wysoką skuteczność tak umieszczanych elementów reklamowych.

V i Q – ELEMENT REKLAMOWY

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

The screenshot shows the homepage of TUR-INFO.PL, a service for the tourism industry. The layout includes a main header with the logo and navigation menu, a central content area, and a sidebar on the left. The sidebar contains several elements labeled with letters:

- A:** A large, empty rectangular box at the top of the sidebar.
- W-1-L:** A box containing the text "W-1-L".
- W-2-L:** A box containing the text "W-2-L".
- Ogłoszenia:** A section titled "Ogłoszenia" with sub-sections "Nowości" and "Kategorie". It lists several travel-related announcements with dates and times.
- W-3-L:** A box containing the text "W-3-L".
- W-4-L:** A box containing the text "W-4-L".

The main content area features a "Aktualności" section with a sub-section "Aktualności dnia" titled "Na rok przed Euro 2012 kampania multimedialna POT". This section includes a camera icon, a date "2011-07-15", and a brief description of a multimedia campaign for the Euro 2012 event. Below this, there is a "Zobacz także" section with several links to related content.

On the right side of the page, there is a "Kalendarium" section with a list of dates and events, and a "Subskrypcja" section with a search bar and a "Szukaj" button.

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 – OGŁOSZENIE WYRÓŻNIONE** jest przeznaczone dla ogłoszeń, które mają być dobrze widoczne i znajdować się na początku listy ogłoszeń danego działu. Ogłoszenie takie jest wyświetlane w kolorze i przed ogłoszeniami bezpłatnymi na liście ogłoszeń danego działu, jest też prezentowane większą czcionką i bez reklamy.

The screenshot shows a website interface with several elements:

- Navigation/Menu:** A list of links on the left side, including "Nowe aukcje online", "Portal turystyczny", "Nowe portale", "Portal wycieczkowy", and "Portal wycieczkowy" (repeated).
- Main Content Area:** A large text block containing an article or report, with a "dodaj swój link [+]" button below it.
- Advertisements:** A vertical column of six placeholder boxes labeled "V-1-L" through "V-6-L".
- Survey (Ankieta):** A form titled "Ankieta" with the question "Czy Twój stan zdrowia ulega zmianom w zależności od miejsca, w którym przebywasz?". It includes radio buttons for "Tak", "Nie", and "Nie mam zdania", along with "Odpowiedz" and "Wybierz wyrok" buttons.
- Additional Content:** A "Komentarze" section with a "Tytuł" field, an "E-mail" field, and a "dodaj komentarz" button. There are also social media sharing icons (Share, Facebook, etc.) and a "Wersja do druku" button.
- Footer:** Copyright information for TUR-INFO.PL and a list of navigation links like "strona główna", "kontakt", "reklama", etc.

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.

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
- Tygodniku dla Gastronomii
- Tygodniku Forum Branży Turystycznej

LOT: Promoleot zostanie zastąpiony First Minute
 PLL LOT zastąpi Promoleot nową ofertą, serwisem - "First Minute". To oferta dla osób, które planują podróż z dużym wyprzedzeniem. "First Minute" została przygotowana dla podróżnych, którzy są... [więcej >](#)

LOT: 230 mln ze sprzedaży udziałów
 PLL LOT uzyskał w styczniu ok. 230 mln zł ze sprzedaży swoich udziałów w LOT Catering i LOT Services. Przewodnik zamierza sprzedać swoją LOT i LOT Aircraft Maintenance Services. Regionalne Fundusze Społeczne... [więcej >](#)

Setra podsumowała rok 2010
 Firma Setra Polska sprzedała w ubiegłym roku w sumie 24 autobusy Setra. W 2009 r. było ich 35, co oznacza 50-procentowy wzrost. Osiągnięcie takiego wyniku było możliwe w 2010 r. dzięki dostawie 33 autobusów... [więcej >](#)

TUR-INFO.PL Tygodnik Branżowy
 Facebook dla Przewoźców 2011-01-16

Ten tygodnik dla Ciebie do 2537 czytelników!

Nowe czołowe Winair?
 Do nasetu składu nie należała żadna oferta na zakup spółki powietrznoceanicznej Winair. Zaplanowana na dzień wtorek została więc... [więcej >](#)

Kolejny miesiąc kalendarza podsumowania podróży 2010 r.
 Układ Lotniczy Centralnego akwarium podsumowania kalendarza podróży w jakim odbywał się kurs regularny i czarterowy polskich... [więcej >](#)

Przewoźnicy lotniczy zamykali cztery lotniska? Skądże kasa?
 Poziom skąd lotniska 2009 to 2008 i 21 przewoźników miało w porównaniu z poprzednim tygodniem... [więcej >](#)

Obciążenie - podsumowanie bilansu
 O 3,5% wzrosła liczba odprawionych pasażerów na międzynarodowe lotniska w lutym 2011 w porównaniu z tym samym miesiącem roku... [więcej >](#)

Przewoźnik Air France - Celine pływająca pod 100 lat
 W lutym 2011 roku statek pasażerski Air France pomyślnie zakończył podróż pasażerską Celine de Celine. Poprzedni przewoźnik nie miał... [więcej >](#)

Air Iberia: loty gorąco z powodu ataków rewanżistów
 W lutym 2011 roku linie lotnicze Air Iberia zmniejszyły liczbę pasażerów o 1,6% do 2 132 857 osób. Z powodu ataków rewanżistów... [więcej >](#)

30-miesięczny przewoźnik w awariach odczekał tydzień do Singapore
 Linia Flight 30 miała wprawdzie do swojej oferty lotniskowe do Singapore. Tu już dotarła linia do AG, do Merga... [więcej >](#)

Amelia Jet uwierzyło lotniskom na Ociec
 Włoska linia lotnicza Amelia Jet uwierzyło lotniskom na Ociec w lotniskach lotniskowych Guantánamo, Gambia... [więcej >](#)

Kolejny miesiąc kalendarza podsumowania podróży 2010 r.
 Przewoźnik Air France pomyślnie zakończył podróż pasażerską Celine de Celine. Poprzedni przewoźnik nie miał... [więcej >](#)

Air France w kwestii rewanżistów podjęła decyzję
 Od 8 listopada Air France zaplanuje cztery lotniska w kierunku lotnisk w kierunku lotnisk... [więcej >](#)

PSP InterCity uruchomił dwa przeloty na białostocko
 Poczta Polska PSP InterCity uruchomił dwa przeloty na białostocko, które są... [więcej >](#)

KLM loty do Buenos Aires zastawia wrocznie
 Po 13 latach przerwy KLM wznowiła od 21 października połączenia do lotnisk Argentyny. To 67. lotniska... [więcej >](#)

Linie powietrzne Finnair przegłosowały zmianę oferty
 Finnair - duńska spółka akcyjna przewidziała zmiany przewoźnicze między duńskimi wyjazdami przygotowała nową ofertę... [więcej >](#)

Air France KLM przegłosowały wycenę za wycenę
 Air France KLM przegłosowały wycenę za wycenę. Bilet do Amsterdamu można kupić za 400 zł. Promocja... [więcej >](#)

Skądże z rachunków jazdy? Przewoźnik Regionalnych województw ok. 100 połączeń
 Przewoźnik Regionalne zamierza wykonać od 21 marca ok. 110 połączeń. Z rachunków jazdy... [więcej >](#)

Stożki na odcinkach lotnisk. Cierpią do Polski wycieczki
 Dział nad lotniskami rozpatrzył się odcinkami lotniskowymi pod kątem pasażerskim... [więcej >](#)

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 płatne za konkretną ilość wyświetleń reklamy.

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

Do pierwszego typu (stale obecnych) należą:

- Banner billboard „A”
- Elementy szczególnie polecane „W” z lewej strony oraz „K” z prawej strony serwisu
- Elementy reklamowe „V” z lewej strony oraz „Q” z prawej strony serwisu

Do drugiego typu (sprzedawanych na odsłony) należą:

- Wstawka reklamowa „B”

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

Mailing jest wysyłką reklamową do subskrybentów lub użytkowników serwisu. Cena za mailing jest do uzgodnienia w zależności od warunków wysyłki.

Istnieje możliwość stworzenia indywidualnej kampanii, złożonej z wielu form reklamy, dostosowanej do potrzeb Twojej Firmy.

Cennik reklamy – elementy stałe

FORMA REKLAMY	CENA NETTO ZA TYDZIEŃ
BANNER BILLBOARD „A” wyświetlają się na górze strony serwisu, jest najbardziej widocznym elementem strony	900zł

FORMAT REKLAMY	CENA NETTO ZA MIESIĄC:
ELEMENT POLECANY „W” w lewej szpalcie bocznej, stała pozycja, minimalny okres prezentacji to kwartał	W-1-L – 1000zł W-2-L – 950zł W-3-L – 850zł W-4-L – 800zł
ELEMENT POLECANY „K” w prawej szpalcie bocznej, stała pozycja, minimalny okres prezentacji to kwartał	K-1-P – 950zł K-2-P – 900zł K-3-P – 800zł K-4-P – 750zł

FORMAT REKLAMY	CENA NETTO ZA MIESIĄC:
ELEMENT REKLAMOWY „V” w lewej szpalcie bocznej, stała pozycja, minimalny okres prezentacji to kwartał	V-1-L - 380zł V-2-L - 350zł V-3-L - 320zł V-4-L - 290zł V-5-L - 260zł V-6-L - 230zł
ELEMENT REKLAMOWY „Q” w prawej szpalcie bocznej, stała pozycja, minimalny okres prezentacji to kwartał	Q-1-P - 320zł Q-2-P - 290zł Q-3-P - 260zł Q-4-P - 230zł

Cennik reklamy – elementy odsłonowe

FORMA REKLAMY	CENA NETTO
WSTAWKA REKLAMOWA „B” wstawki wyświetlają się aktualnościach i ich listach, ogłoszeniach oraz forum po pierwszym akapicie lub po pierwszym bloku tekstu	2400 zł / 100 tys. odsłon

Cennik reklamy – formy pozostałe

FORMAT REKLAMY	CENA NETTO
RAMKA REKLAMOWA „E” * Dziennik Branżowy	60zł / 1 szt. 140zł / pakiet 3 szt. 360zł / pakiet 10 szt.
RAMKA REKLAMOWA „E” * Podsumowanie Tygodnia w Turystyce & HoReCa Tygodnik dla Biur Turystycznych Tygodnik dla Hotelarzy i Kwaterodawców Tygodnik dla Przewoźników Tygodnik dla Gastronomii Tygodnik Forum Branży Turystycznej	100zł / 1 szt. 240zł / pakiet 3 szt. 600zł / pakiet 10 szt.
LINKI „L” POŚREDNIE ROTACYJNE BEZPOŚREDNIE ROTACYJNE BEZPOŚREDNIE CIĄGŁE LINK GRAFICZNY	300zł/ 6 miesięcy 900zł/ 3 miesiące 1500zł/ 3 miesiące DOPŁATA 50zł za m-c do w/w

* elementy pakietów powinny być takie same

FORMAT REKLAMY	CENA BRUTTO
O – OGŁOSZENIE WYRÓŻNIONE pakiet do wykorzystania z wybranymi ogłoszeniami we wszystkich działach, każde wyróżnione ogłoszenie liczone jest oddzielnie, minimalny okres wyróżnienia pojedynczego ogłoszenia jeden tydzień	350zł – 10 tygodni/ogłoszenie 660zł – 20 tygodni/ogłoszenie

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

Anna Matus

a.matus@tur-info.pl

tel. kom. +48 516 265 253