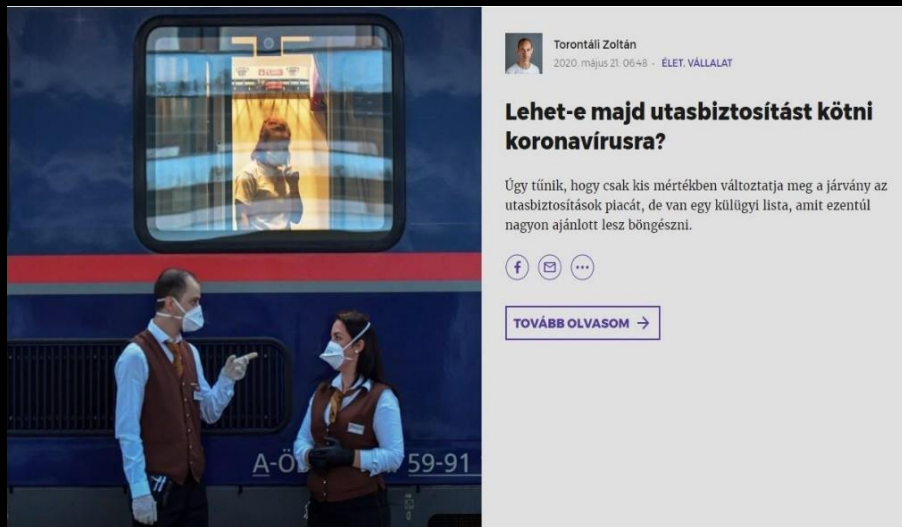


G 7 GAZDASÁGI
SZTORIK
ÉRTHETŐEN

»Gazdasági sztorikat írunk meg érthetően 2017 októbere óta. Kizárólag saját, tényalapú, eredeti történeteink vannak. Célunk nem a kattintások maximalizálása, hanem olvasóink figyelmének a megszerzése.»



HOL TARTUNK?

12000 cikkenkénti olvasó

7 perc 12 mp oldalon eltöltött idő/RU

Sűrűtartalom

heti 30–35 cikk

Originális anyagok

máshol nem jön szembe
ugyanaz a cikk

Értékes olvasóközönség

minden 6. olvasónkvállalkozó
vagy vezetőbeosztású

ORIGINÁLIS CIKKEK

Egyedi tartalom, máshol
nem olvasható cikkek

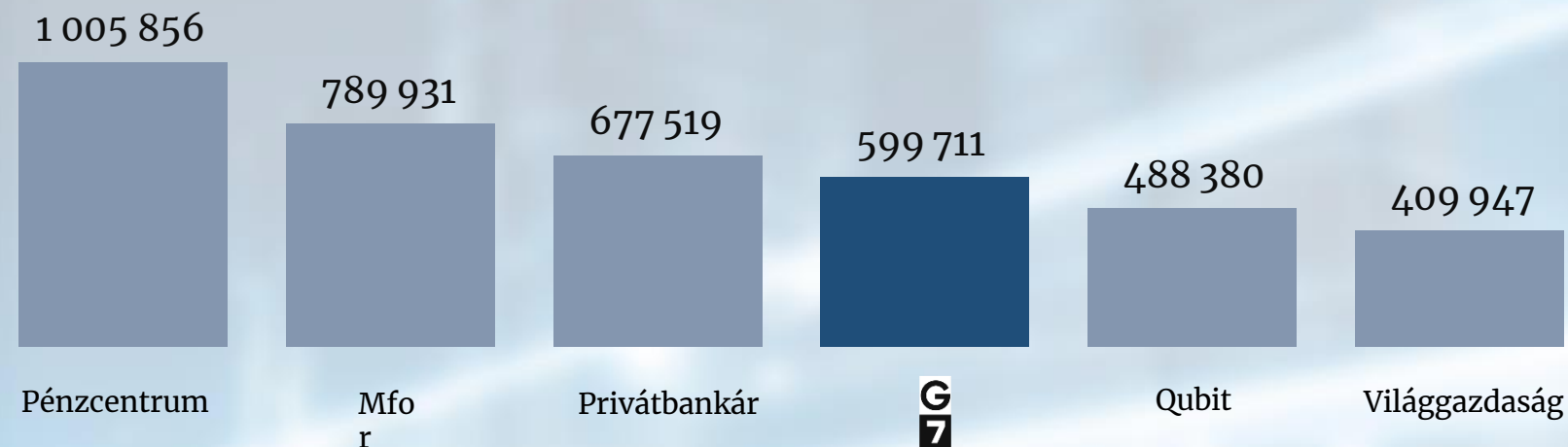
Közlemények, napi rövidhírek nélkül

Stabil pozíció a mainstream
médiában, erős keresztlátogatottság a
versenytárs oldalakkal

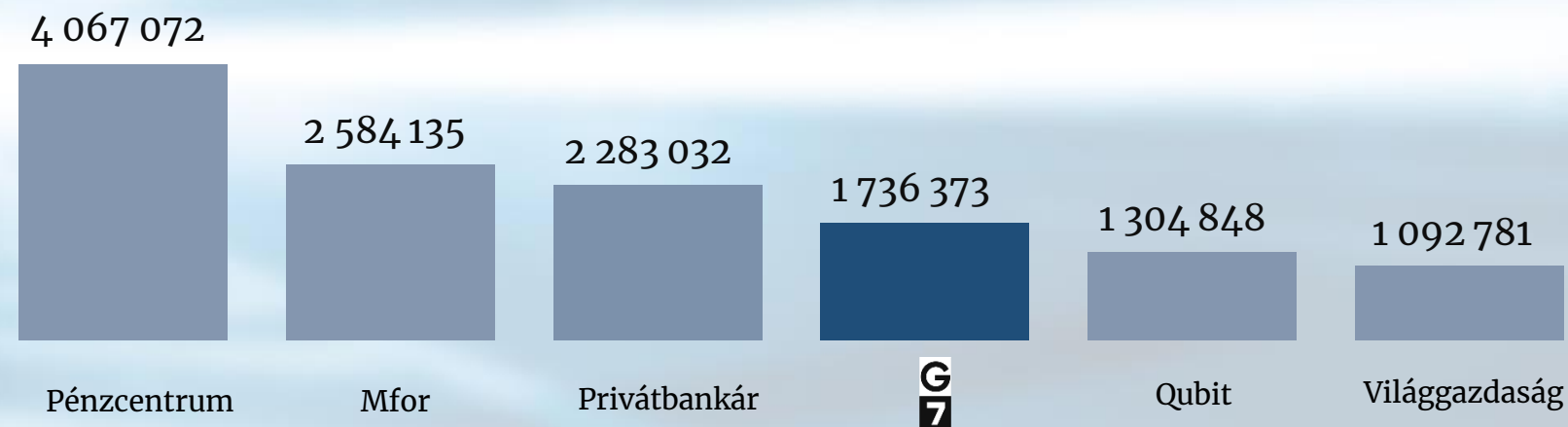
Célunk nem a kattintás, hanem a
figyelem megszerzése

VERSENY- TÁRSÁK

Látogatók száma 2020. augusztus | RU



Oldalletöltések száma 2020. augusztus | PV



RU & PV 2020. NYÁR

MOBIL+TABLET

67%

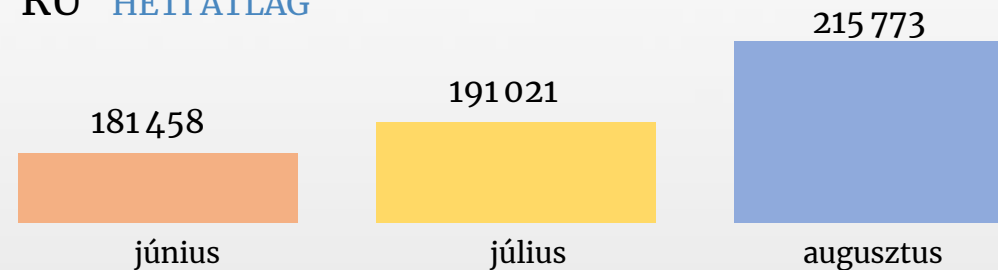
DESKTOP

33%

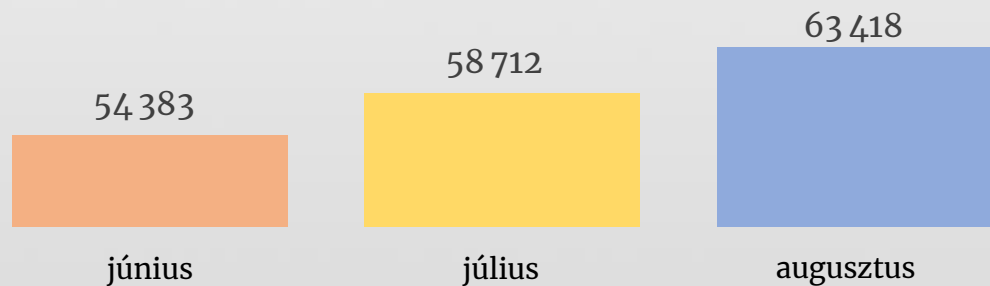
RU NAPI ÁTLAG



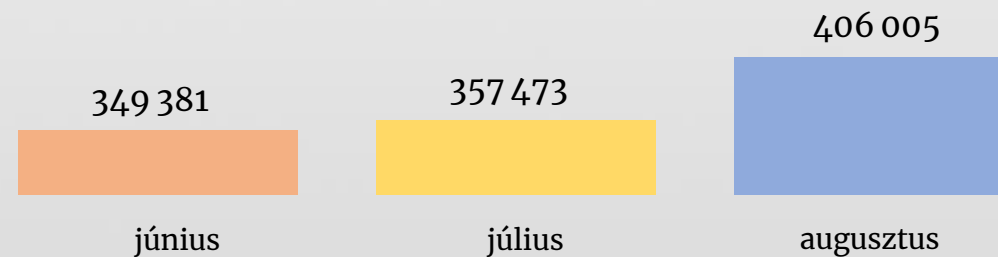
RU HETI ÁTLAG



PV NAPI ÁTLAG



PV HETI ÁTLAG



G7 PODCAST

Hallgass minketbárhol,
bármikor

- A 20-as, 30-as korosztály felülreprezentált a hallgatóságban
- Eddig 40 stúdiós és 4 élő podcast felvétel van a G7 háta mögött
- Áprilisban indult a Dumaszínházzal közös Ezután podcast-sorozat, amelyben Litkai Gergely beszélget a legkülönbözőbb területek képviselőivel arról, mi lesz a járvány után
- Minden podcast elérhető a G7.hu oldaláról, az összes nagyobb podcast-alkalmazáson és a Spotify-on is.
- 3000-7000 hallgató podcastonként
- 2300 követő a Spotify-on



G7 PODCAST LIVE

Kilépés az online térből
(amint ez újból lehetséges)

- A podcast felvétel közönség előtt készül
- Café típusú rendezvény: interakcióra, a közönség aktív bevonására, kérdéseire építjük a beszélgetés második felét
- Vállalati ügyféleseményként és dolgozóknak szóló rendezvény formátum is megszervezhető
- Az együtt gondolkodást képzettfacilitátor segíti



MEGÚJÚLT TARTALOM

üzlet

szektor

podcast

zéróosztó

adattár

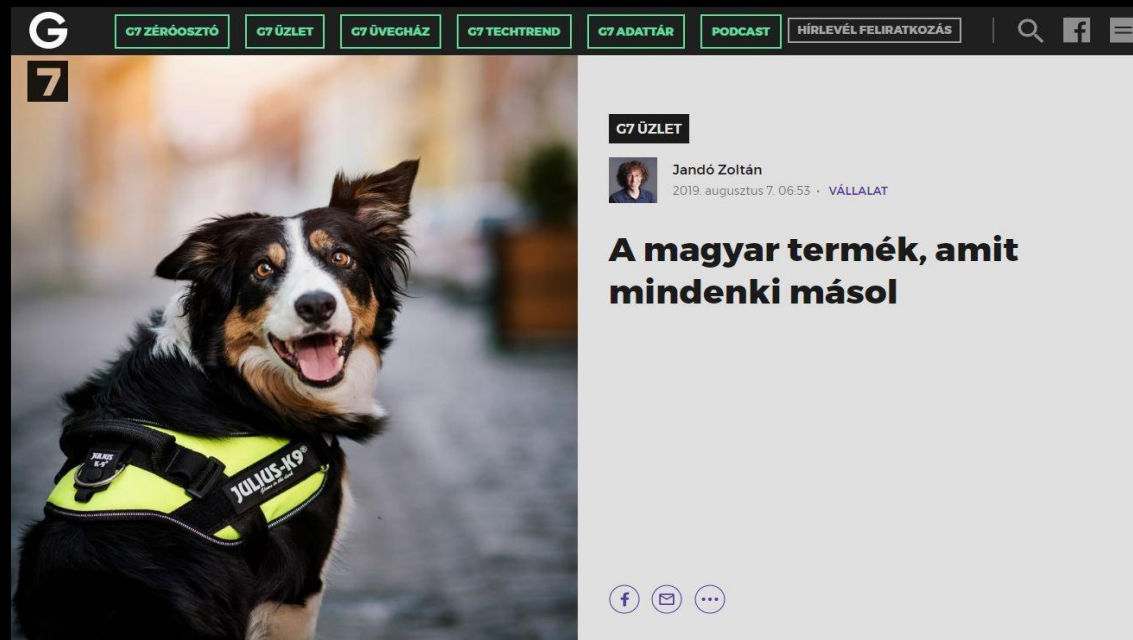
techtrend

üvegház

és még G7 közélet G7 vállalat G7 világ G7 élet, G7 pénz



- Úttörő magyar közép vállalatok bemutatása
- Egyedi történetek sikerhez vezető útról, a kudarcok tanulságaival együtt
- Adatokkal alátámasztott vállalati portrék





KÖZÖSSÉG

facebook



34 000 követő



50% férfikövető

25-34 és 35-44 korosztály hasonló arányban



Jellemzően budapestiek

Heti hírlevél:

1200 feliratkozó 40% megnyitás 20% kattintás

PRÉMIUM CÉLCSOPORT

FÉRFIAK



30-49 ÉVES
KOROSZTÁLY



BUDAPEST
ÉS MEGYESZÉKHELY



FELSŐFOKÚ
VÉGZETTSÉGŰ



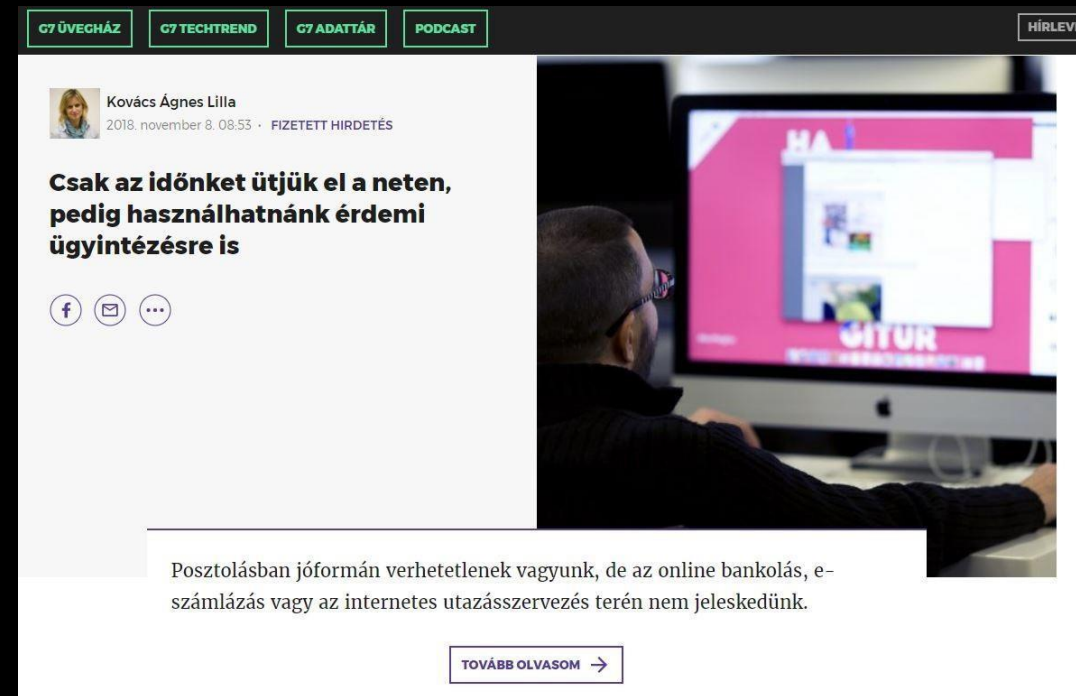
AB ESOMAR





NATÍV TARTALMI EGYÜTTMŰKÖDÉS

- Értő figyelem a partnereknek
- Kreatív tartalmi koncepcióalkotás
- Dedikált tartalommarketingesszerző
- Tartalmi streamek: közlekedés, megújuló energia, környezetvédelem, vállalati/iparágielemzések
- Alkalmi vagy éves távú tartalmi együttműködések
- Piaci igényekre nyitott termékfejlesztés



DISPLAY FELÜLETEK



➡ 970 x 250 px BILLBOARD



A Procter & Gamble márkabejegyzési kérelmet adott be Amerikában néhány olyan rövidítésre, amely leginkább a tizenévesek szövegcentrikus kommunikációjából ismert, vagy egyenesen ott keletkezett. A legismertebb talán a WTF, ami a "what the fuck" rövidítésének felel meg.



➡ 640 x 360 px ROADBLOCK

Rövid Távú Ingatlan Bérbeadás - Maximum profit, több foglalás

Feljes rövid ingatlan bérbeadás ingatlan bérbeadás profitot - 6 díjazás

szponzorok.hu

A világ egyik legnagyobb fogyasztási cikkét gyártó, és márkáival a magyar áruházak polcain is jelen lévő vállalatát szeretné márkává tenni ezen kívül a LOL (laugh out loud, azaz "hangosan nevet") az NBD (no big deal, azaz "nem nagy ügy") és a szintén káromkodós FML (fuck my life, ami az aktuálisan sárga színnel jelölt) rövidítéseket is.

A CNBC szerint a cég a folyékony szappanoknál, a mosogatógép-tablettáknál, a tisztítószereknél és a légfrizálóknál vetné be a rövidítéseket. A P&G egyelőre nem válaszolt arra a kérdésre, hogy pontosan mit szeretne tenni a hárombetűs márkanevekkel, de úgy tűnik, hogy az amerikai bejegyzési hivatalban is, ugyanez a kérdés merült fel, mert bővebb magyarázatot kértek a vállalatától.

OLVASSON TÖBBET A KATEGÓRIÁBAN ➡



➡ Programmatic BANNER, CIKKGYŰJTŐ

KÖSZÖNJÜK A FIGYELMET :)

