

РЕКЛАМА В «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИХ ВЕДОМОСТЯХ» — САМАЯ ЭФФЕКТИВНАЯ

Аудитория
московских деловых газет
в Санкт-Петербурге



НЕ ТЕРЯЙТЕ ТАМ ДЕНЬГИ,
РАЗМЕЩАЙТЕСЬ У НАС

Подробнее: spbvedomosti.ru/advertising
Контакты: +7 (812) 320-22-77, reklama@spbvedomosti.ru

* по данным Mediascope и собственных исследований

Старейшая газета с 1726 г. России

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЕ ВЕДОМОСТИ

САМАЯ БОЛЬШАЯ АУДИТОРИЯ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ*

СМОЛНЫЙ, КОМИТЕТЫ, ПРЕСС-СЛУЖБЫ, ДЕПУТАТЫ, ТОП-МЕНЕДЖЕРЫ, МИЛЛИАРДЕРЫ, ПЕТЕРБУРЖЦЫ, ЕЦД, подписка, ГУБЕРНАТОРЫ, САМОЛЕТЫ «АЭРОФЛОТА» и АК «РОССИЯ», UTAIR, «САПСАН», БАНКИ, «ИГОРА», «СОГАЗ», СТРОИТЕЛЬНЫЕ КОМПАНИИ, СЕТИ РИТЕЙЛА, ВУЗЫ

Аудитория
других газет в Санкт-Петербурге
общего содержания



НЕ ТЕРЯЙТЕ ТАМ ДЕНЬГИ,
РАЗМЕЩАЙТЕСЬ У НАС

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ В ПРЕССЕ

Аудитория лояльна изданиям*

От **65%** до **83%** читателей, в зависимости от категории изданий, обращаются к газетам и журналам с прежней регулярностью либо читают даже больше, чем раньше.

Качество контакта высокое**

76% «Когда я читаю, я фокусируюсь на том, что читаю, и не люблю отвлекаться на другие дела»

67% «Я часто обсуждаю с другими людьми то, что прочитал (а) в изданиях»

61% «Я отвожу специальное время на чтение газет и журналов — время, которое хочу потратить на себя»

56% «Я не люблю читать издания в комнате, где работает телевизор или радио, потому что это отвлекает»

* Источник: Качество чтения и эффективность рекламы в прессе, опрос читателей Клиентская конференция Mediascope: Москва, 20 декабря 2016

** Клиентская конференция Mediascope: Москва, 20 декабря 2016 Процент читателей массовых газет и журналов, согласных с высказыванием

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ В ПРЕССЕ

После прочтения издание передают другим людям*



Реклама в газетах и журналах для широкой аудитории по сравнению с другими медиа...**

- Самая уместная, лучше всего соответствует окружению** 49 %
- Содержит наиболее полезную информацию** 44 %
- Создает наиболее точное представление о продукте** 39 %
- Вызывает наибольшее доверие** 38 %
- Лучше всего помогает делать покупки** 35 %

*Источник: Качество чтения и эффективность рекламы в прессе, опрос читателей, в % от читателей печатных версий изданий Клиентская конференция Mediascope: Москва, 20 декабря 2016

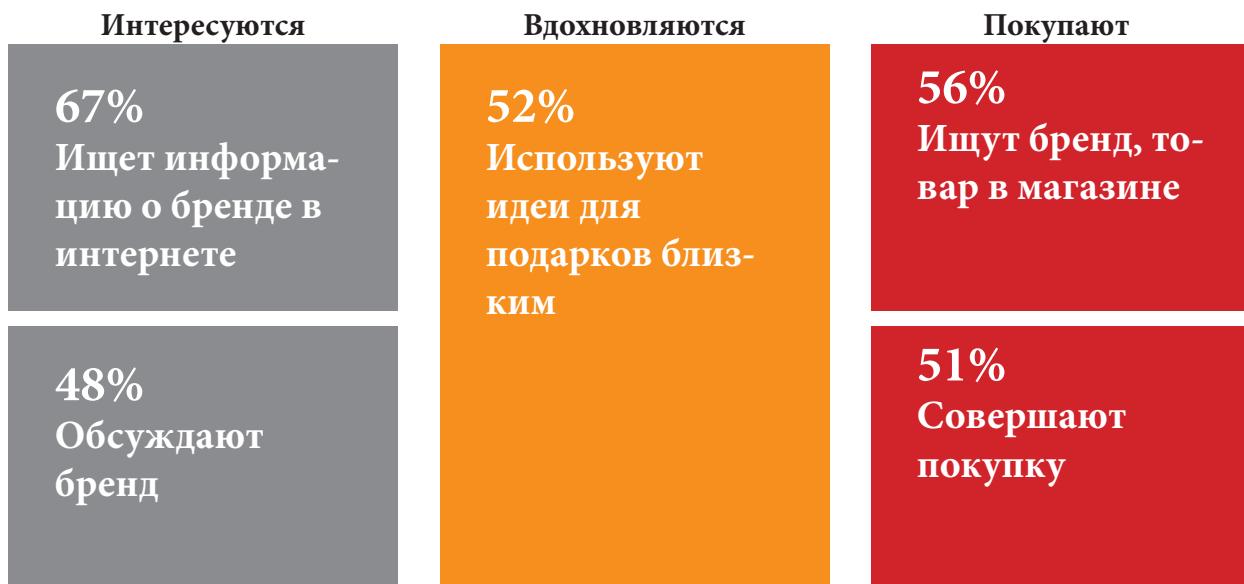
**Клиентская конференция Mediascope: Москва, 20 декабря 2016

Источник: Качество чтения и эффективность рекламы в прессе, опрос читателей, % от читателей указанной категории

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ В ПРЕССЕ

Как работает реклама в массовых газетах и журналах*

После контакта с рекламой или рекламной статьей...



Ключевые выводы**

- Для регулярных читателей в возрасте 20-55 лет с уровнем дохода средним и выше среднего, пресса – источник качественной информации о брендах, товарах и услугах, источник идей, советчик, эксперт
- Реклама в прессе заметна, при этом она не раздражает, потому что вписывается в контекст
- Реклама в прессе создает привлекательный образ бренда и мотивирует к покупке
- Рекламные статьи и обзоры помогают в выборе товаров и услуг

*Клиентская конференция Mediascope: Москва, 20 декабря 2016

Источник: Качество чтения и эффективность рекламы в прессе, опрос читателей, % от читателей указанной категории.

**Клиентская конференция Mediascope: Москва, 20 декабря 2016

Источник: Качество чтения и эффективность рекламы в прессе, опрос читателей.

СИЛА ГАЗЕТЫ

«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЕ ВЕДОМОСТИ» —

ЕДИНСТВЕННАЯ ПЕТЕРБУРГСКАЯ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКАЯ ГАЗЕТА. ВЫХОДИТ ПЯТЬ РАЗ В НЕДЕЛЮ.
РЕКЛАМА У НАС — ЭТО ЛУЧШЕЕ, ЧТО ЕСТЬ НА РЫНКЕ ПЕЧАТНЫХ СМИ.

Престижно, авторитетно

Солидная газета для солидной публики. Аудитория одного номера газеты около 180 000 человек. Все материалы дублируются на сайте spbvedomosti.ru и там получают аудиторию ещё более 0,5 млн человек в месяц. Недельный тираж около 110 000 экземпляров.

Читатели: губернаторы СПб и ЛО, депутаты заксобраний, высокопоставленные чиновники, судьи, правоохранительная система, топ-менеджеры крупного и среднего бизнеса. Люди, принимающие решения.

«Санкт-Петербургские ведомости» — официальный публикатор правовых документов Смольного.

Сила газеты — в вечности

Напечатанные в «СПВ» статья, интервью топ-менеджера, рекламный модуль навсегда входят в письменную историю России и мира. Всё, что напечатано в газете, — навечно. Уже не изменить, не удалить, не стереть. Ежедневно тысячи экземпляров «СПВ» поступают на бессрочное хранение в ФГУП «ИТАР-ТАСС», в центральную городскую библиотеку, оседают в общедоступных, производственных, ведомственных подшивках.

Наше время будут изучать не по интернету, а по газетам. По публикациям и рекламе в «Санкт-Петербургских ведомостях». Так положено в исторической науке. «Что написано пером, не вырубить топором».

Сила газеты — в интеграции

Маркетинговые кампании эффективны, если добавляются модули или статьи в «СПВ». Они повышают рентабельность кампании и доверие аудитории. При рекламе в газете «СПВ» эффективность маркетингового плана повышается на 15%.

Сила газеты — в доверии

Потребители не доверяют интернет-рекламе. А к газете отношение другое. У «СПВ» полное и безоговорочное доверие читателей. Поэтому наша газета — надежная платформа для рекламодателей.

Высокое доверие со стороны читателей и органов власти подтвердил лично губернатор Санкт-Петербурга во время визита 13 января 2021 года в редакцию «СПВ».

Сила газеты — в длительности контакта

Хаос интернет-рекламы привёл к баннерной слепоте. Газета «СПВ» — размеренное и спокойное пространство. Реклама в «СПВ» рано или поздно дойдет до потребителя. Он так или иначе прочитает газету. Объявления и модули в «СПВ» просматриваются в 5 раз дольше, чем цифровая реклама. Газетная реклама не исчезает с выключением смартфона, она лежит у потребителя под рукой днями, неделями, месяцами.

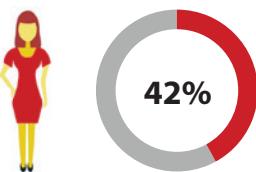
АУДИТОРИЯ

Каждый номер газеты «Санкт-Петербургские ведомости» читают более 180 000 человек*.

(*данные Mediascope — С.-Петербург и собственных исследований)

СТРУКТУРА АУДИТОРИИ:

ПОЛ



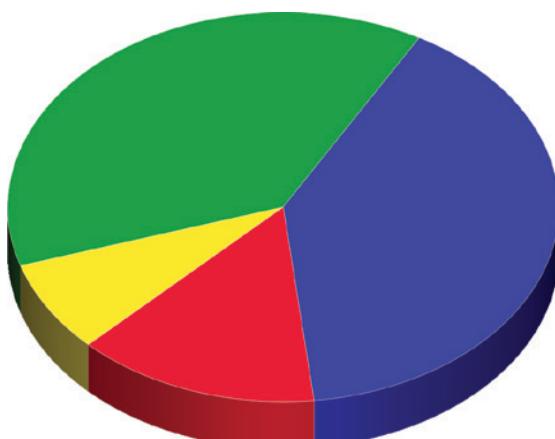
ВОЗРАСТ

41%
45 – 64 года

38%
25 – 44 года

14%
старше 65 лет

7%
до 24 лет

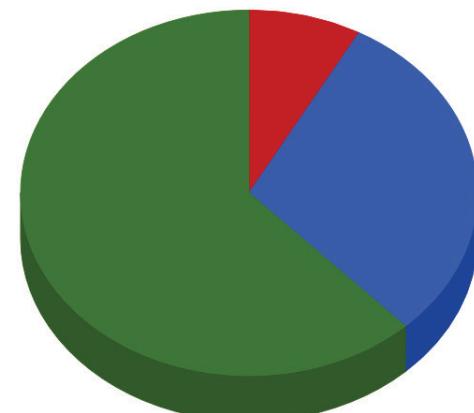


ДОХОД

62%
достаток выше среднего

30%
средний достаток

8%
сильно ограничены в средствах



АУДИТОРИЯ

Каждый второй читатель газеты относится к среднему классу.

В аудитории газеты «Санкт-Петербургские ведомости» **каждый третий** проживает в семье, состоящей из трех человек, почти **каждый пятый** — в семье, состоящей из четырех человек.

27% читателей имеют детей до 15 лет.

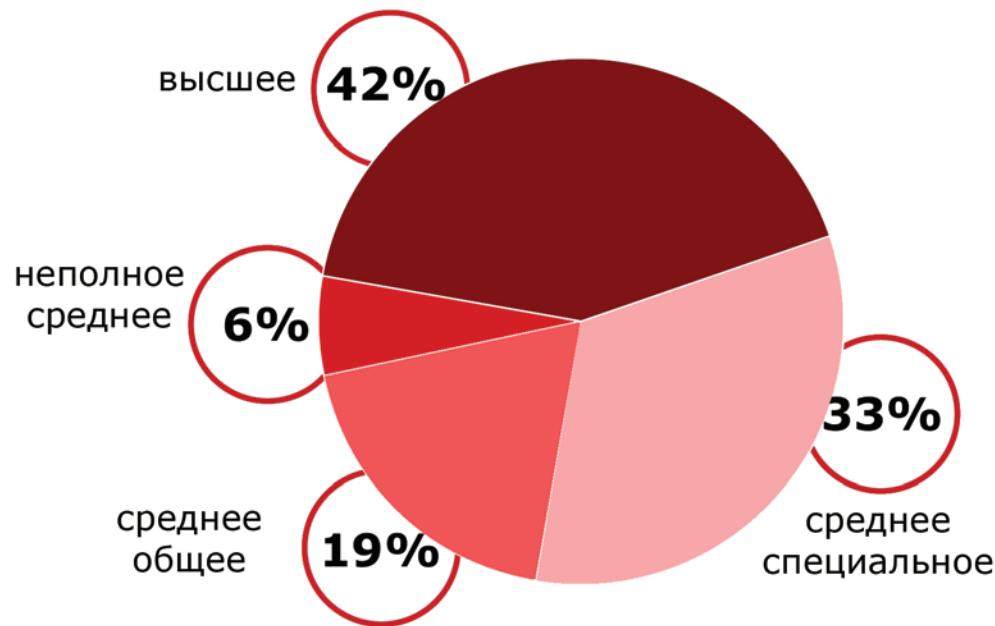
Газета «Санкт-Петербургские ведомости» интересна читателям различных профессиональных групп и разного уровня жизни.

Практически **каждый пятый** читатель газеты занимает руководящий пост петербургского госаппарата или бизнеса.

Газету читают руководители органов власти, пресс-службы губернаторов Санкт-Петербурга и Ленинградской области, депутаты

Законодательного собрания и Государственной думы.

ОБРАЗОВАНИЕ



ЗАНЯТОСТЬ



РАСПРОСТРАНЕНИЕ

Подписка:

- пресс-службы большинства крупных предприятий;
- у каждого руководителя органов исполнительной власти Санкт-Петербурга;
- десятки тысяч семей Санкт-Петербурга и Ленинградской области.

В розничной сети:

- в сети «Первая полоса» (метрополитен);
- в сети магазинов «О'кей», «Лента» (пятничные номера).

Свободное распространение (выкладка бесплатных экземпляров):

- Единый центр документов;
- учреждения органов власти Санкт-Петербурга и Ленинградской области;
- авиалинии: «Аэрофлот», Utair, «Ямал», NordStar, Azurair, зал официальных лиц и делегаций в Пулково-1;
- поезда «Сапсан»;
- медицинские учреждения СОГАЗ;
- банковские отделения;
- всесезонный курорт «Игора»;
- бизнес-залы Московского вокзала, Ленинградского вокзала (г. Москва).

ТЕМАТИЧЕСКИЕ ПОЛОСЫ И РУБРИКИ

Агро
Акватория
Братья наши меньшие
Будьте здоровы
Город в городе
Дачники
Диалог
Индустрия
История
Качество жизни
Культура
Наследие
Наука
Недра
Общество
Память
Площадь наций
По закону
Политика
Право руля
Путешествия
Россия/мир
Рынок труда
Спорт
Теневой клуб
Фабрика
Факты и комментарии
Физкульт-ура
Финансы
Экология
Экономика

РАЗВОР ПОЛЕТОВ

22 февраля 2022 года

РЫНОК ТРУДА 5

19 февраля 2022 года № 7 (686)

НАСЛЕДИЕ 5

Двадцать лет актуальному документу

Российский Трудовой кодекс, принятый в 2002 году, стал основой для дальнейшего развития трудового законодательства. Важные изменения внесены в него в 2007, 2011, 2014 и 2015 годах. В 2016 году вступил в силу закон о введении в действие норм о защите прав работников в сфере культуры. В 2017 году вступил в силу закон о введении в действие норм о защите прав работников в сфере образования.

Акцент на помощь молодым

Инициативное предпринимательство на Балтийском флоте поддерживается профсоюзом моряков и рыболовов Северного флота. Оно способствует развитию инновационных проектов, направленных на улучшение условий труда и повышение производительности труда. Важным направлением является поддержка молодых специалистов, в том числе в области науки и техники.

6 ФИЗКУЛЬТ-УРА!

Весной этого года в Санкт-Петербурге состоялся фестиваль «Физкульт-ура!». На нем были представлены различные виды спорта и физической культуры, а также показаны выступления профессиональных спортсменов.

Здоровье прибавят вычетом

Министерство здравоохранения и социального развития Российской Федерации разработало проект по введению налоговых вычетов для граждан, занимающихся спортом и физкультурой. Вычеты будут предоставляться на сумму до 10 000 рублей. Это поможет гражданам снизить налог на доходы физических лиц и избежать уплаты налога на имущество.

Игры с мячом и под водой

Весной этого года в Санкт-Петербурге состоялся фестиваль «Игры с мячом и под водой». На нем были представлены различные виды спорта, включая футбол, волейбол, баскетбол, гандбол и водное поло.

Смотр недородлей

Знаменитое положение отцов не спасло их детей от государственной службы. Михаил Коновалов, кавалер креста Святого Георгия, был отдан в армию, а его племянник Евгений Чубаров, кавалер креста Святого Георгия, был отдан в армию.

НАШИ РЕКЛАМОДАТЕЛИ

Мы работаем на протяжении многих лет с представителями органов власти, значимыми, известными компаниями Петербурга и Ленинградской области. Среди них – транспортные компании, авиакомпании, банки, медицинские компании и многие другие



РЕКЛАМНЫЕ ОПЦИИ

Специальные форматы размещения на первой полосе:



6 модулей

290 x 79 мм

₽ 29 640 руб.

9 модулей

348 x 99 мм

₽ 43 810 руб.

Ваша информация среди главных новостей номера!
Расскажите о своих важных событиях и успехах!

Другие размеры и возможности вы можете уточнить у сотрудников отдела рекламы.

Цена указана с учетом НДС 20%.

РЕКЛАМНЫЕ ОПЦИИ

Поздравления с днем рождения, юбилеем.

СОБЫТИЕ

Властелину спиновых волн — 75!

12 июля 2020 года исполнилось 75 лет одному из основоположников физических основ спин-волновой электроники СВЧ, лауреата Государственной премии СССР в области науки и техники, заслуженному деятелю науки РФ, доктору технических наук, профессору, профессору СПбГТУ «ЛЭТИ» Борису Антоновичу Калинникову.

Более полувека связывает Бориса Антоновича с ЛЭТИ. Мог ли он в далеком 1969 году, помняв студенческий билет родного вуза на трудовую книжку с записью «инженер», знать, что в этой книжке будут меняться лишь должностные и звания? Что через каких-то 20 лет он станет главой кафедры, принципиально в своем деле? Что на этом неплегком посту за 30 лет работы переживет глобальные социальные перемены в своей стране и станет одним из лидеров нового научного направления мирового масштаба? Может, и нет, все это случилось. Под руководством Бориса Антоновича созданы и продолжают развивать научный и педагогический потенциал кафедры физической электроники и технологии. В тяжелые «несколько» 90-е годы профессору Калинникову довелось поработать в ряде передовых университетов Европы и Америки, оказаться в теллических условиях их высокотехнологичных научных лабораторий. Однако не всегда бытие определяет сознание! Присущий ему патристизм, ответственность перед коллегами и перед российской наукой не дали бросить родной университет и родную кафедру. Полученный загорянский опыт был с успехом применен на кафедре физической электроники. Созданная Борисом Антоновичем научная школа в области спин-волновой электроники СВЧ на сегодняшний день пользуется авторитетом как в российском, так и в международном научном сообществе.

Редкий ученик так плотно и плодо-



Фото предоставлено ОАО «Завод „Магнетон“»

творно сотрудничает с промышленностью, быстро внедряя свои разработки в жизнь. Под научным руководством Бориса Антоновича на старейшем заводе отечественной электроники создано и выпускается более 20 лет научно-производственное подразделение, обеспечивающее потребности оборонного комплекса страны в уникальных изделиях, использующих особенности волноведущих структур на основе ферромагнитных гибких ЭПМ-матриц, разработанных и спроектированных самим профессором Борисом Антоновичем.

На основе научных и научно-прикладных результатов исследований Бориса Антоновича создан новый класс СВЧ-приборов — быстроперестраиваемые фильтры СВЧ, обеспечивающие перестройку прецессионного магнитного поля и управляемые в анализааторах сигналов. Разработан под его научным руководством и освоенные в серийном производстве на заводе «Магнетон» СВЧ фильтры S, C и X диапазонов имеют уникальные в своем классе параметры. В настоящее время

ведутся разработки ряда генераторов СВЧ на спин-волнах с минимальным уровнем фазовых шумов.

Лучшим предприятием ОПК страны ПАО «Алмаз», концерн «Гранит-Электрон», АО «НПО «Луч», АО «Радиотехника» получили высокую оценку продукции ОАО «Завод „Магнетон“», в которой заложены идеи Б. А. Калинникова и которые не имеют аналогов за рубежом.

Уважаемый Борис Антонович! Коллектив ордена Отечественной войны I степени ОАО «Завод „Магнетон“» выражает Вам самые теплые поздравления с юбилеем!

Выражаем Вам искреннее уважение за ваш творческий вклад в развитие обороноспособности нашей Родины, за внимание и заботу, которые уделяете нашему коллективу.

Желаем Вам, Борис Антонович, крепкого здоровья, счастья и долгих лет творческой работы!

С уважением,
Фирсиков Анатолий Иванович,
генеральный директор ОАО
«Завод „Магнетон“»,
заслуженный машиностроитель
РФ, кавалер орденов Почета
и Александра Невского

**Стоимость определяется
количеством модулей.**

**Имя юбиляра и имена тех, кто
его поздравляет, останутся в
письменной истории России.
Газета — это вечность.**

Другие размеры и возможности вы можете уточнить у сотрудников отдела рекламы.

Цена указана с учетом НДС 20%.

Наценка за размещение на 1-й полосе + 30%.

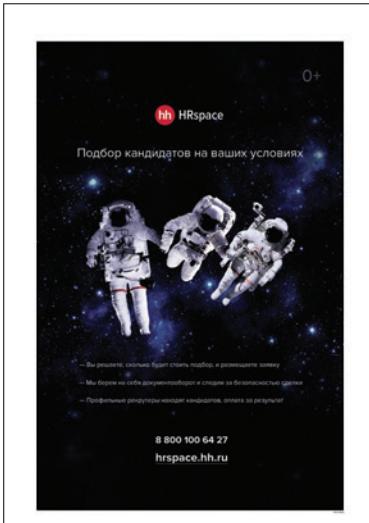
Наценка за публикацию в пятничном номере под рубрикой «Реклама» + 30%.

Наценка за размещение на последней полосе +30%.

РЕКЛАМНЫЕ ОПЦИИ

1 полоса (48 модулей)

348 x 530 мм
(до 24 000 знаков включая пробелы)
₽ 162 000 руб.



1/2 полосы (24 модуля)

348 x 265 мм
(до 12 000 знаков включая пробелы)
₽ 88 700 руб.



1/3 полосы (16 модулей)

116 x 530 мм
(до 8000 знаков включая пробелы)
₽ 59 900 руб.



1/4 полосы (12 модулей)

174 x 266 мм
(до 6000 знаков включая пробелы)
₽ 44 900 руб.



9/48 полосы (9 модулей)

232 x 149 мм
(до 4500 знаков включая пробелы)
₽ 33 700 руб.



Другие размеры и возможности вы можете уточнить у сотрудников отдела рекламы.

Цена указана с учетом НДС 20%.

Наценка за размещение на 1-й полосе + 30%.

Наценка за публикацию в пятничном номере под рубрикой «Реклама» + 30%.

Наценка за размещение на последней полосе +30%.

РЕКЛАМНЫЕ ОПЦИИ

1/18 полосы (6 модулей)

116 x 198 мм
 (до 3000 знаков включая пробелы)

₽ 22 800 руб.



1/12 полосы (4 модуля)

116 x 132 мм
 (до 2000 знаков включая пробелы)

₽ 15 200 руб.



1/16 полосы (3 модуля)

116 x 99 мм
 (до 1500 знаков включая пробелы)

₽ 11 400 руб.



2/48 полосы (2 модуля)

58 x 132 мм
 (до 1000 знаков включая пробелы)

₽ 7700 руб.



1/48 полосы (1 модуль)

116 x 33 мм
 (до 500 знаков включая пробелы)

₽ 4300 руб.



Другие размеры и возможности вы можете уточнить у сотрудников отдела рекламы.

Цена указана с учетом НДС 20%.

Наценка за размещение на 1-й полосе + 30%.

Наценка за публикацию в пятничном номере под рубрикой «Реклама» + 30%.

Наценка за размещение на последней полосе +30%.

ПРИЧИНЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ В ГАЗЕТЕ «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЕ ВЕДОМОСТИ»

Великолепная аудитория

«Санкт-Петербургские ведомости» — солидная газета для солидной публики. Аудитория одного номера газеты около 180 000 человек. Все материалы дублируются на сайте spbvedomosti.ru и там получают аудиторию ещё более 0,5 млн человек в месяц со всего мира. Недельный тираж около 110 000 экземпляров.

Читатели: губернаторы Санкт-Петербурга и Ленинградской области, депутаты законодательных собраний, депутаты Государственной думы, крупные чиновники, члены Совета Федерации, судьи, топ-менеджеры крупного и среднего бизнеса. Люди, принимающие решения.

«СПВ» раздаётся пассажирам «Аэрофлота», Utair, «Ямал», NordStar, Azurair, поездов «Сапсан»; в отделениях АБ «РОССИЯ»; посетителям курорта «Игоря»; в бизнес-залах Московского вокзала.

Ко всему вышесказанному, «Санкт-Петербургские ведомости» — официальный публикатор правовых документов законодательной и исполнительной власти. Максимум представительности и авторитета.

Аксиома рекламной науки: газета — идеальное средство рекламирования для бренда, который хочет сформировать широкий круг клиентов.

Газета — билет в вечность

Кто понимает важность оставаться в истории, размещаются в «Санкт-Петербургских ведомостях».

Напечатанные в «СПВ» статья, интервью топ-менеджера, рекламный модуль бренда навсегда входят в письменную историю России и мира. Всё, что напечатано в газете, — навечно. Уже не изменить, не удалить, не стереть. Ежедневно тысячи экземпляров «СПВ» поступают на бессрочное хранение в ФГУП «ИТАР-ТАСС», центральную городскую библиотеку, оседают в общедоступных, производственных, ведомственных подшивках.

Газета — черновик истории. Историю Российской империи, Советского Союза пишут по газетам того времени и затем переносят в учебники. Наше время тоже будут изучать по газетам, по публикациям в «Санкт-Петербургских ведомостях». Так положено в исторической науке. «Что написано пером, не вырубить топором».

Газета усилит любую маркетинговую стратегию

Маркетинговые кампании эффективны, если добавляются модули или статьи в «СПВ». Публикации в главной городской газете повышают рентабельность кампании и доверие аудитории. Показывают ваши статусность и стабильность. По отзывам наших клиентов, когда к рекламе в интернете или на ТВ добавляют публикации в «СПВ», результативность маркетингового плана повышается на 15%.

В газетной рекламе можно обстоятельно разместить схему проезда, адреса магазинов, условия продаж, скидки и т. п.

Мы вашу рекламу очистим от орфографических, стилистических или синтаксических ошибок (больше никто этого не делает). Это ваш имидж.

Реклама в газете формирует у покупателя высокий уровень доверия к фирме, марке, бренду, товару, услуге, специалистам. Вы продаете через сайты, и потребитель будет покупать охотнее, если видел вашу рекламу в «СПВ».

Теперь доверяют только газетам

Самое высокое доверие читателя осталось, пожалуй, только к старым добрым бумажным газетам. Поэтому «СПВ» — надежная платформа для рекламодателей. У нас авторитет и отсутствие фейков. У нас полное и безоговорочное доверие читателей. Мы всё проверяем и дорожим репутацией.

Высокое доверие со стороны читателей и органов власти подтвердил лично губернатор Санкт-Петербурга во время визита 13 января 2021 года в редакцию «СПВ».

Именно через газету петербуржцы отождествляют себя с обществом в целом. Авторитет «СПВ» базируется на том факте, что газету создают солидные, умные и честные люди, и доверие к размещенной у нас информации, включая рекламу, заслуженно высокое. Репутация «СПВ» распространяется и на ваши рекламные материалы.

Долгий контакт с потребителем

Хаос цифровой рекламы привёл к баннерной слепоте. А в классической газете «Санкт-Петербургские ведомости» — размеренное и спокойное пространство. Реклама в «СПВ» рано или поздно дойдет до потребителя. Объявления и модули в «СПВ» просматриваются в 5 раз дольше, чем в интернете. Газетная реклама не исчезает с выключением смартфона, она лежит перед глазами потребителя днями, неделями, месяцами. Он возвращается к ней снова и снова.

Выгодные цены

Где ещё за 10 000 рублей вы получите потенциальную аудиторию не менее 180 000 читателей и бесконечную аудиторию будущих поколений?

Цены на рекламу в «СПВ» очень демократичные. Спрос постоянно увеличивается: успейте, пока расценки не выросли.

Разместить рекламу в газете удобнее и дешевле, чем в других СМИ. И уж точно в разы проще, чем в директе или адвортсе. У нас живые люди, а не роботы и безликие модераторы.

В некоторых случаях мы можем опубликовать рекламу без предоплаты, по гарантийному письму.

Кроме того, изготовив однажды оригинал-макет, можно пользоваться им много-кратно.

НЕСКОЛЬКО ТЕХНИЧЕСКИХ СОВЕТОВ ПО РЕКЛАМЕ В ГАЗЕТЕ «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЕ ВЕДОМОСТИ»

- После прочтения в газете рекламы замысел (осуществление покупки) реализуется, как правило, в тот же день. Будьте готовы к шквалу звонков.
- Газета эффективна и для рекламы товаров, покупаемых импульсивно, таких как шампунь, зубная паста, порошок, шоколад и т. п.
- «СПВ» доставляется в десятки тысяч квартир и домов, где ваша реклама будет особенно интересна домохозяйкам и пенсионерам.
- «СПВ» прочитывают все члены семьи, поэтому эффективна реклама товаров длительного пользования — холодильников, телевизоров, стиральных машин, компьютеров и т. д. Обычно такие покупки обсуждаются на семейном совете, и газета для этого идеальная платформа.
- Если рекламодатель планирует многоразовое размещение, то идеальны такие пропорции: два раза по 1/2 полосы, или три раза по 1/3 полосы, или четыре раза по 1/4 полосы, или восемь раз по 9/48 полосы.
- Золотое правило: если бренд крупный, солидный, то он не должен давать рекламу маленького размера. Потребитель прослеживает прямую взаимосвязь размеров: большая реклама — большая компания, средняя реклама — средняя компания, маленькая реклама — маленькая компания.
- Для формирования доверия к производителю нужны повторы газетной рекламы. Один раз разместить рекламу в «СПВ» — хорошо, а несколько раз — ещё лучше. Повторяющаяся реклама помогает формированию ощущения хорошего знакомства с товаром, что способствует решению его купить.
- Опытные покупатели, спонтанные покупатели, молодые и пожилые люди, изучают по рекламе и саму компанию. Прежде чем совершить покупку, следят за рекламой бренда на протяжении длительного времени, решают: стоит иметь с ним дело или нет.
- Если реклама будет в виде статьи, интервью, репортажа, то написание текста лучше (но не обязательно) заказать у самой газеты. У нас работают лучшие журналисты-профессионалы.



Информация не является публичной офертой.

**Условия размещения уточняйте у менеджеров Отдела рекламы
газеты «Санкт-Петербургские ведомости»
+7 (812) 320-22-77 reklama@spbvedomosti.ru**