

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЕ ВЕДОМОСТИ

№ 21 (716) Понедельник, 7 февраля 2022 года spbvedomosti.ru

Михаил Курьяков: Это сколько же народа ныне усердно заботится о том, чтобы наш народ с обязанностями от грузин истории дружить и могоу...



Время искренного занузима В Музее политической истории открылась «Выставка нарочитых талантов...» В Лекарство от лихорадки Рост цен на недвижимость длинно замедлился, но обвала ждать не стоит...» В Провокационный шаг Зачем США перебрасывают свои войска в Европу...» В

«Качество жизни» Школьная система изменила систему образования... / Какие варианты и где провозводит богаты в России... / На сколько хороша судьяна работающая на-за... / Как выглядят социальные векомблики...»

Кризисы дойдут до Арктики

Планы высадки России в Арктику... Кризисы дойдут до Арктики. Планы высадки России в Арктику...

Транспорту добавят интеллекта

На очереди интеллектуальное управление транспортно-логистической системой в регионах России...

Кому «прописана» дистанция

Оценки для проверки готовности к дистанционному обучению на дополнительных этапах в ЕГЭ...

Болеем чаще, но легче

Многие выехали в Россию за вакцинами... Болеем чаще, но легче. Многие выехали в Россию за вакцинами...

Грамотность поддержат субсидиями

В 2022 году в России будет запущена программа развития грамотности населения...

Бытовые услуги. Ленобласть

- 1. Ремонт и строительство жилья и других объектов... 2. Услуги по уходу за автомобилем... 3. Услуги по уходу за садом...

Упал — поднялся чемпионом

ПЕРВОЕ РОССИЙСКОЕ ЗОЛОТО НА ОЛИМПИАДЕ В ПЕКИНЕ ЗАВОБЛАД ЛЫЖНИК АЛЕКСАНДР БОЛЬШУНОВ



Лыжник Александр Большунов празднует победу

На зимних Играх в столице Китая наши лыжники впервые двукратно завоевали золото. В субботу соревнования в эстафетной гонимке в смешанных парках раскрылись в этот вечер Платон Неприбылов, который впервые выиграл старт эстафетной гонимки...

«Он больше, чем чемпион, он лидер», — сказал Александр Большунов. «Я очень рад, что мы выигрывают золото в эстафетной гонимке...»

Ковид по новым правилам

Новые правила для владельцев бизнеса... Ковид по новым правилам. Новые правила для владельцев бизнеса...

Снежные завалы ждут прокуроров

Губернатор Александр Богомолов поручил прокурорам... Снежные завалы ждут прокуроров. Губернатор Александр Богомолов поручил прокурорам...

MEDIA KIT 2024

Газета печатная версия

Старейшая газета с 1728 г. России САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЕ ВЕДОМОСТИ

РЕКЛАМА В «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИХ ВЕДОМОСТЯХ» — САМАЯ ЭФФЕКТИВНАЯ

Аудитория
московских деловых газет
в Санкт-Петербурге



НЕ ТЕРЯЙТЕ ТАМ ДЕНЬГИ,
РАЗМЕЩАЙТЕСЬ У НАС

Старейшая газета 1728 г. России

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЕ ВЕДОМОСТИ

**САМАЯ БОЛЬШАЯ
АУДИТОРИЯ
В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ***

СМОЛЬНЫЙ, 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

Подробнее: spbvedomosti.ru/advertising

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

* по данным Mediascore и собственных исследований

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ В ПРЕССЕ

Тираж: не мене **14 000 экз.** в понедельник — четверг и **39 000 экз.** в пятницу

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»

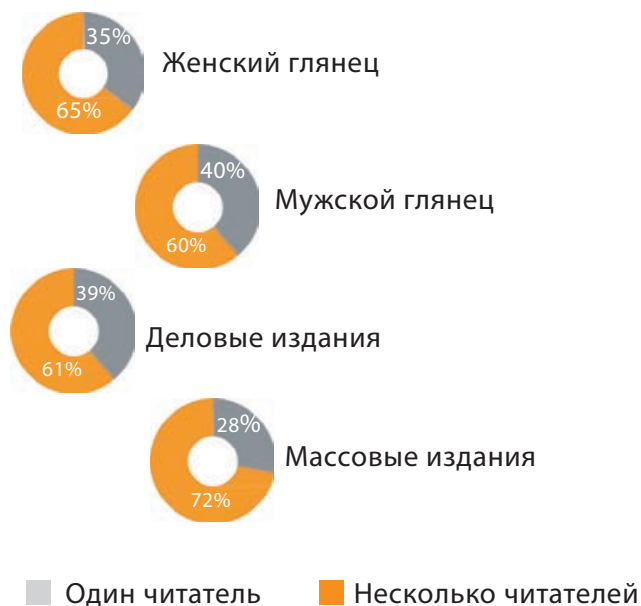
56% «Я не люблю читать издания в комнате, где работает телевизор или радио, потому что это отвлекает»

* 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...**



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

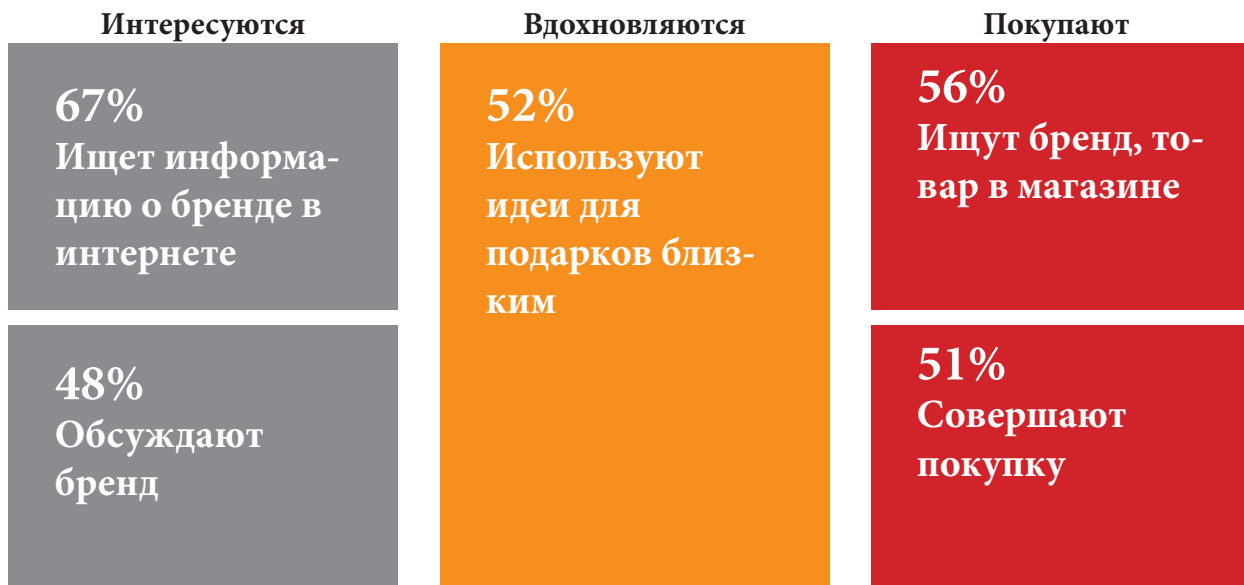
**Клиентская конференция Mediascore: Москва, 20 декабря 2016

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 — надёжная 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



ДОХОД

62%
достаток выше среднего

30%
средний достаток

8%
сильно ограничены в средствах

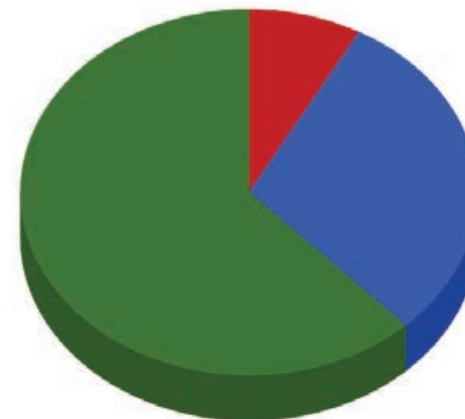
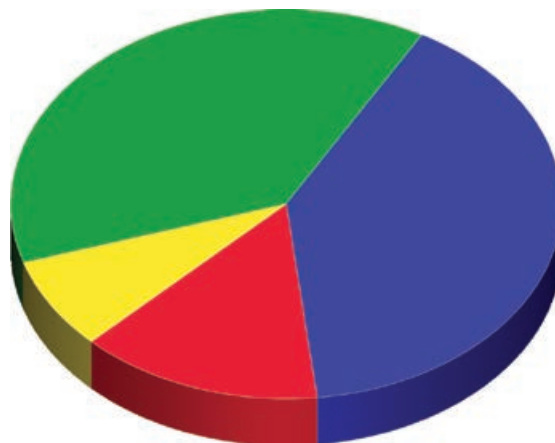
ВОЗРАСТ

41%
45 – 64 года

38%
25 – 44 года

14%
старше 65 лет

7%
до 24 лет



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.

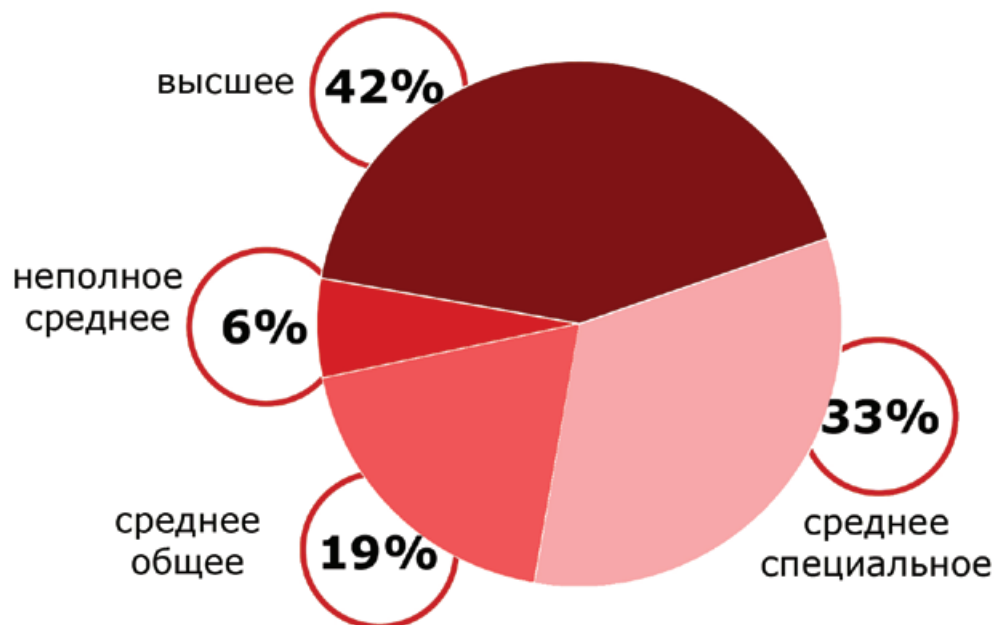
27% читателей имеют детей до 15 лет.

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;
- руководители органов исполнительной власти Санкт-Петербурга;
- десятки тысяч семей Санкт-Петербурга и Ленинградской области;
- депутаты Законодательного собрания Санкт-Петербурга.

В розничной сети:

- в сети киосков на станциях метрополитена;
- в сети магазинов «Лента» (пятничные номера).

Свободное распространение (выкладка бесплатных экземпляров):

- Единый центр документов;
- учреждения органов власти СПб и ЛО;
- авиалинии: «Россия», Utair, «Ямал», Azurair, зал официальных лиц и делегаций в Пулково-1;
- поезда «Сапсан»;
- медицинские учреждения СОГАЗ;
- банковские отделения;
- 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

РЫНОК ТРУДА 5

Двадцать лет актуальному документу

Акцент на помощь молодым

Пригодился там, где не родился

Кандидаты на вакансии становятся все более мобильными

На горизонте осень

Хотят большего

Финансисты уже не в моде

Язык до работы...

Липа стоит денег и свободы

Что бывает, когда сербизация немыслима

Самые дорогие профессии в России

6 ФИЗКУЛЬТ-УРА!

Игры с мячом и под водой

Здоровье прибавят вычетом

Пять советов на бегу

НАСЛЕДИЕ 5

Смотр недорослей

«а»ского живописца

ый рала

НЕГО В ТАВРИЧЕСКОМ БАЗИ

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, лауреату Государственной премии СССР в области науки и техники, заслуженному деятелю науки РФ, доктору технических наук, заслуженному профессору СПб ГТУ «ЛЭТИ» Борису Антоновичу Калининскому.

Более полувека связывают Бориса Антоновича с ЛЭТИ. Мог ли он в далеком 1969 году, получив студенческий билет родного вуза на трудовую книжку с записью «инженер», знать, что в этой книжке будут меняться лишь должности и звания? Что через какие-то 20 лет он возглавит кафедру, поменявшую это в свой ряд? Что на этом нелегком посту за 30 лет работы переживет глобальные социальные перемены в своей стране и станет одним из лидеров нового научно-направленного мирового мейнстрима? Может, и нет, но все это случилось. Под руководством Бориса Антоновича сохранен и приумножен научный и педагогический потенциал кафедры физической электроники и техники. В течение «нескольких» 90-е годы профессору Калининскому довелось поработать в ряде передовых университетов Европы и Америки, оказаться в тепличных условиях их высокообеспеченного научного бытия. Однако не всегда бытие определяет сознание! Приоритет ему патриотизм, ответственность перед коллегами и перед российской наукой не дали бросить родной университет и родную кафедру. Полученный зарубежный опыт был с успехом перенесен на родную почву и дал достойные плоды. Созданием Борисом Антоновичем научной школы в области спин-волновой электроники СВЧ на сегодняшний день пользуется авторитетом как в российском, так и в международном научном сообществе.

Рядом ученых так плотно и плодотворно сотрудничает с промышленностью, быстро внедряя свои разработки в жизнь. Под научным руководством Бориса Антоновича на старейшем заводе отечественной электронной промышленности ОАО «Завод «Магнетон» создано и успешно работает более 20 лет научно-производственное подразделение, обеспечивающее потребности оборонного комплекса страны в уникальных изделиях, использующих особенности волноводных структур на основе ферромагнитных пленок. Это подразделение на 100% укомплектовано воспитанниками Бориса Антоновича.

На основе научных и научно-прикладных результатов исследований Бориса Антоновича создан новый класс СВЧ-приборов — быстродействующие фильтры СВЧ, обеспечивающие перестройку преселектора радиолокационных станций и используемые в анализаторах спектров. Разработанные 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

ведется разработка ряда генераторов СВЧ на сплав-волнах с минимальным уровнем фазовых шумов.

Лучшие предприятия ОПК страны ПАО «Алмаз», концерн «Гранит-Электрон», АО «НПП «Пульсар», АО «Радистав» и другие дают высокую оценку продукции ОАО «Завод «Магнетон», в которой заложены идеи Б. А. Калининского и которые не имеют аналогов за рубежом.

Уважаемый Борис Антонович! Коллектив ордена Отечественной войны I степени ОАО «Завод «Магнетон» поздравляет Вас с 75-летием! Выразим Вам искреннее уважение за Ваш творческий вклад в развитие оборонной мощи нашей Родины, за внимание и заботу, которые уделяете нашему коллективу.

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

С уважением,
Фирсов Алексей Иванович,
генеральный директор ОАО «Завод «Магнетон»,
заслуженный машиностроитель
РФ, кавалер ордена 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 «Игора»; 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 остаться 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» — надёжная 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 размещённой 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: успеете, 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 адвордсе. 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 многократно.

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 многократное 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