

EnterAd – wąskotematyczne sieci reklamowe w Internecie

Informacja prasowa

EnterAd to nowopowstałe biuro sprzedaży reklamy internetowej specjalizujące się w obsłudze wąskich kategorii tematycznych i branżowych. Biuro jest nową aktywnością **Platformy Mediowej Point Group**. Kieruje nim **Benita Jakubowska-Antonowicz**, odpowiedzialna w PMPG za rozwijanie źródeł przychodów z nowych mediów.

Oferta EnterAd jest odpowiedzią na postępującą defragmentaryzację rynku reklamy internetowej i rosnące zainteresowanie klientów ściśle i wąsko sprofilowanymi grupami docierania. W ofercie biura znajdują się obecnie dwie kategorie – **HoReCa**, obejmująca kilkanaście serwisów związanych z branżą hotelową, restauracyjną i spożywczą, oraz **Logistyka** (ponad 30 serwisów tematycznych). Wkrótce do tych kategorii dołączą kolejne, m.in. B2B dla małych i średnich przedsiębiorstw.

„Nasza oferta jest skierowana do klientów operujących na rynkach niszowych i umożliwi im bezpośrednie dotarcie do potencjalnych klientów. Nastawiamy się na pomoc reklamodawcom w budowaniu strategii komunikacji wykorzystującej potencjał serwisów niszowych.” – mówi **Jakubowska-Antonowicz**. Dodaje, że w ofercie biura jest obecnie ok. 60 serwisów z kategorii logistyka i HoReCa. „Do końca tego roku planujemy uruchomienie 4 kolejnych kategorii” - zapowiada. Podkreśla, że kampanie realizowane w wyspecjalizowanych sieciach branżowych docierają do osób na co dzień pracujących i zajmujących się określonym rynkiem. Dla reklamodawców oznacza to efektywniejsze wykorzystanie ich budżetów reklamowych.

Więcej informacji o projekcie na www.enterad.pl.

Wydatki na reklamę w polskim Internecie w 2011 roku wyniosły 1,948 miliarda złotych i wzrosły w porównaniu do poprzedniego roku o 22 proc. – wynika z opublikowanego w marcu raportu IAB AdEx. Internet jest obecnie motorem napędowym całej branży reklamowej w Polsce, która bez niego zamiast niewielkiego wzrostu w ubiegłym roku zanotowałaby spadek. Wydatki na reklamę internetową rosną zwłaszcza w mniej aktywnych sektorach gospodarczych (odzież i dodatki, farmaceutyki, chemia gospodarcza). Wyraźny wzrost nakładów finansowych dotyczy reklam wideo oraz w urządzeniach mobilnych (300 proc. wzrostu).

Platforma Mediowa Point Group (GPW: POINTGROUP, PGM) jest polskim holdingiem medialnym notowanym na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych. Od 2010 r. spółka jest wydawcą tygodnika **WPROST**, od jesieni 2011 wydaje polską edycję jednego z najbardziej wpływowych magazynów na świecie – **Bloomberg Businessweek**. Ponadto w portfolio PMPG SA znajduje się najstarszy polski magazyn filmowy „**Film**” oraz serwisy internetowe, m.in. **Wprost24.pl, Businessstoday.pl, Machina.pl, Sport24.pl, Ototrend.pl**.