



OLSZTYN



OFERTA SPONSORSKA

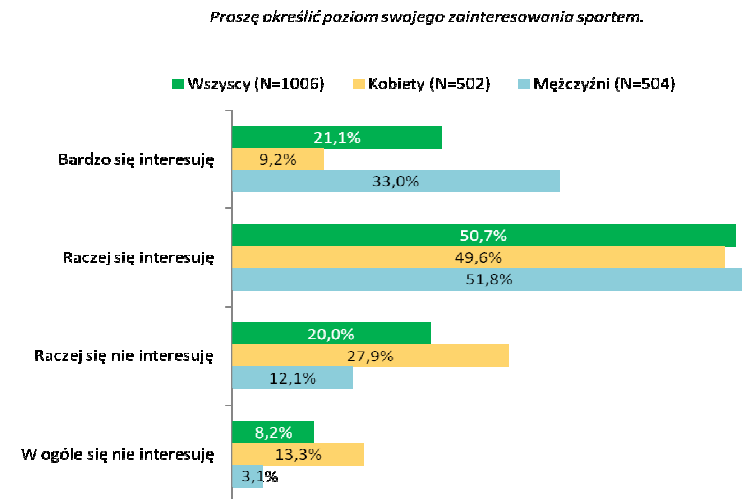
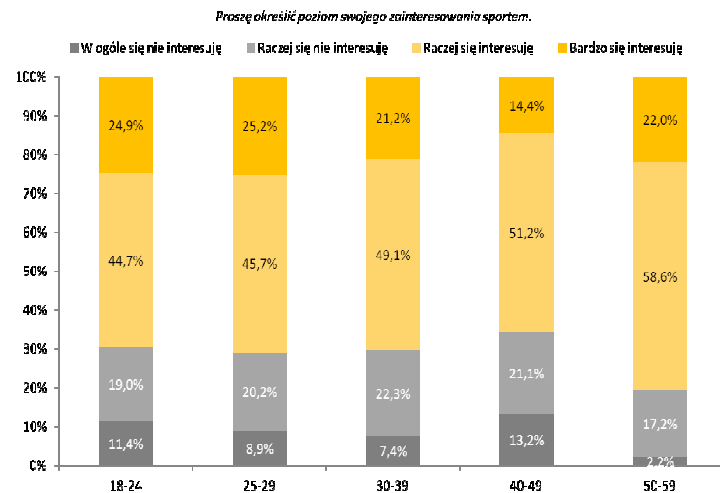
(ważna od 1 lipca 2017 r.)

ZAINTERESOWANIE SPORTEM

Sportem interesuje się **ponad 70%** respondentów, z czego 21% deklaruje duże zainteresowanie.

Sportem interesują się **częściej mężczyźni (84,8%)** niż kobiety (58,8%).

Największe zainteresowanie sportem deklarują respondenci **w wieku od 50 do 59 lat (80,6%)**, a najmniejsze w wieku od 40 do 49 lat (65,6%).



Metodologia:

- badanie zrealizowano w dniach 3-10 lipca 2013 r.
- próba 1006 respondentów należących do internetowego panelu badawczego Pentagon Online (www.pentagononline.pl)
- próba dobierana kwotowo, reprezentatywna pod względem wieku i płci dla mieszkańców Polski w wieku 18-59
- jako technikę badawczą wykorzystano ankietę internetową (CAWI)
- źródło: Sport Barometr Plus 2013, Pentagon Research

ŹRÓDŁA WIEDZY O SPORCIE

Informacje o wydarzeniach sportowych respondentenci zdobywają najczęściej poprzez:

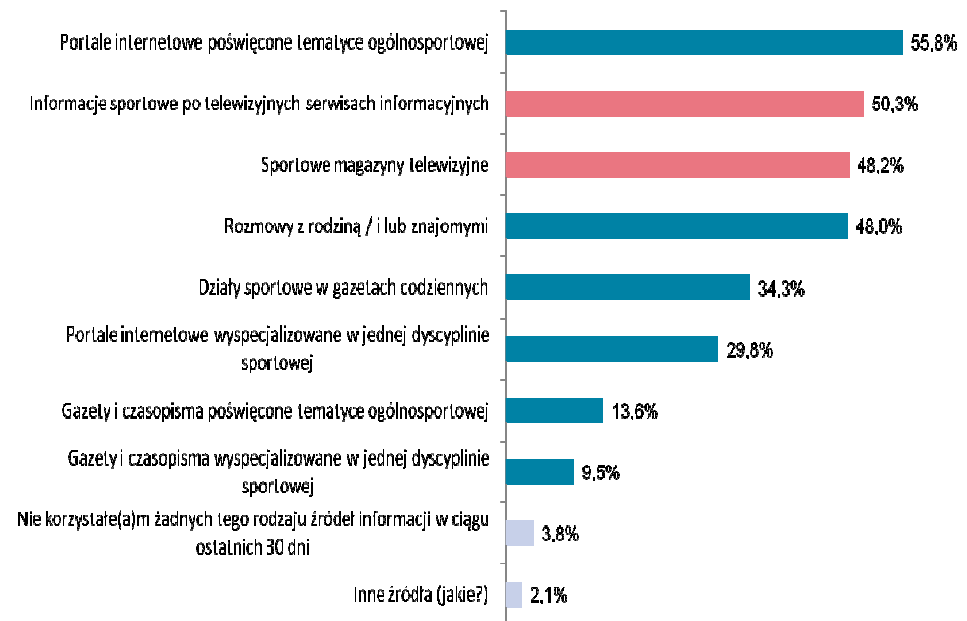
-portale internetowe poświęcone tematyce ogólnosportowej (56% respondentów zainteresowanych sportem, czyli 40% wszystkich badanych)

- informacje sportowe po serwisach informacyjnych w telewizji (50% zainteresowanych sportem)

- telewizyjne magazyny sportowe (48% zainteresowanych sportem)

- rozmowy ze znajomymi i/lub rodziną (48% zainteresowanych sportem)

Proszę zaznaczyć te z poniżej wymienionych źródeł informacji na temat wydarzeń w sporcie, z których korzystał(a) Pan(i) w ciągu ostatnich 30 dni. [wielokrotnego wyboru]



Metodologia:

- badanie zrealizowano w dniach 3-10 lipca 2013 r.
- próba 1006 respondentów należących do internetowego panelu badawczego Pentagon Online (www.pentagononline.pl)
- próba dobierana kwotowo, reprezentatywna pod względem wieku i płci dla mieszkańców Polski w wieku 18-59
- jako technikę badawczą wykorzystano ankietę internetową (CAWI)
- źródło: Sport Barometr Plus 2013, Pentagon Research

SPONSORING SPORTU



Sport jest największym zjawiskiem kultury masowej. Ma fantastyczną moc przyciągania uwagi ogromnej liczby widzów. Ten fakt czyni go bardzo atrakcyjnym dla reklamodawców i sponsorów.

Sport jest źródłem naturalnych ludzkich emocji, dzięki czemu sponsoring sportu jest doskonałym narzędziem do budowania emocjonalnej części wizerunku każdej marki. Budując pożądany wizerunek firmy promujemy markę i produkt alternatywnie do reklamy tradycyjnej znacznie niższym kosztem.



Aby osiągnąć cokolwiek dzięki sponsoringowi trzeba przestrzegać podstawowej zasady. Do sukcesu konieczne jest nie tylko wyłożenie pieniędzy na wsparcie sportowca, drużyny czy imprezy, ale dodatkowo rozpropagowanie tego w mediach.

SPORT W TVP3 OLSZTYN

Serwisy sportowe TVP3 OLSZTYN dają unikalną możliwość śledzenia regionalnych wydarzeń sportowych oraz zapoznania się z tymi szczegółami i ciekawostkami dotyczącymi większych wydarzeń, na które brakuje czasu w wydaniach ogólnopolskich.

Zgodnie z badaniami opinii publicznej dotyczącymi oglądalności i zadowolenia z kanałów regionalnych TVP, przeprowadzonymi przez firmę Zymetria w październiku 2016 roku, **serwisy sportowe TVP3 OLSZTYN są w czołówce najchętniej oglądanych i najbardziej lubianych programów** emitowanych na antenie.



Tomasz Szeremeta, przygotowujący serwisy sportowe na naszej antenie, to **najbardziej lubiany prezenter TVP3 OLSZTYN**.



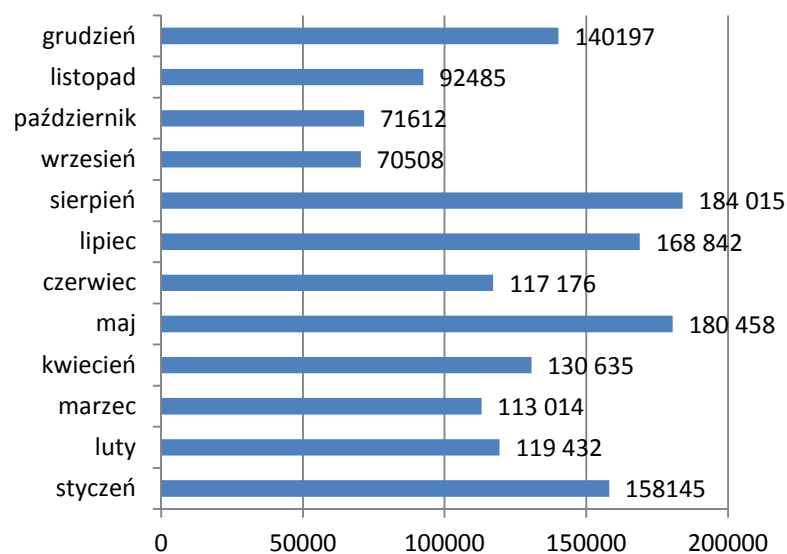
Korzyści dla Sponsorów:

- ✓ **doskonałe narzędzie marketingowe do wzmocnienia wizerunku poprzez prezentację marki we wskazaniach sponsorskich**
 - ✓ **podniesienia świadomości marki wśród mieszkańców całego regionu**
- ✓ **budowanie pozytywnych skojarzeń z marką, szczególnie w wymiarze „bliskość”**
 - lokalny sport lubią wszyscy
- ✓ **budowania dużego potencjału CSR – popularyzacja lokalnego sportu jako część strategii odpowiedzialności społecznej firm**
 - ✓ **obecność w mediach w czasie redakcyjnym**
 - ✓ **dotarcie do różnorodnych grup wiekowych**
- ✓ **zaprezentowanie marki i produktu we wskazaniu sponsorskim**



Informacje sportowe - podsumowanie mijającego tygodnia w regionalnym sporcie, relacje z imprez sportowych, sukcesy naszych sportowców, analizy, ciekawostki. Emisja w każdą niedzielę po wieczornym wydaniu Informacji oraz dwie powtórki w poniedziałek.

Wyniki oglądalności w 2016 roku*



Średnia oglądalność w miesiącu blisko 129.000 widzów!!!

* Dane oglądalności wg MillwardBrown.



OFERTA SPONSORSKA INFORMACJE SPORTOWE

CENNIK EMISJI BILLBOARDÓW SPONSORSKICH – oczekiwany wkład sponsorski

Godzina	Ilość billboardów	Wkład sponsorski	Koszt emisji 1 bb
INFORMACJE SPORTOWE (nd. 21:50, pn. 18:00 i 19:55)	6	300 zł	50 zł

OFERTA PAKIETOWA – oczekiwany wkład sponsorski

Nazwa Pakietu	Tydzień	2 Tygodnie	3 Tygodnie	Miesiąc
INFORMACJE SPORTOWE	300 zł	540 zł	720 zł	840 zł
Ilość odcinków/ ilość bb sponsorskich	1 odcinek 6 emisji bb	2 odcinki 12 emisji bb	3 odcinki 18 emisji bb	4 odcinki 24 emisji bb
Koszt emisji 1 bb	50 zł	45 zł	40 zł	35 zł

CPC (koszt dotarcia do 1000 osób) – 6,50 zł !!!

Ceny przedstawione w ofercie są cenami netto, do których należy doliczyć VAT w wysokości 23%. Oferta nie uwzględnia kosztów produkcji billboardu sponsorskiego.

TVP3
OLSZTYN

maksymalny
ZYSK DLA
TWOJEJ
FIRMY

minimalny
KOSZT
DOTARCIA

dopasowana
DOTWOJEGO
BUDŻETU

największy
ZASIĘG

najwyższa
JAKOŚĆ NA
KTÓRĄ CIĘ
STĄC

**ZAPRASZAMY
DO WSPÓŁPRACY!**

Sekcja Promocji, Marketingu i Reklamy
Telewizja Polska S.A. Oddział w Olsztynie
Al. Piłsudskiego 11/17, 10-959 Olsztyn
tel. / fax 89 521 39 80