ANYAPARA
ENGEDD EL!

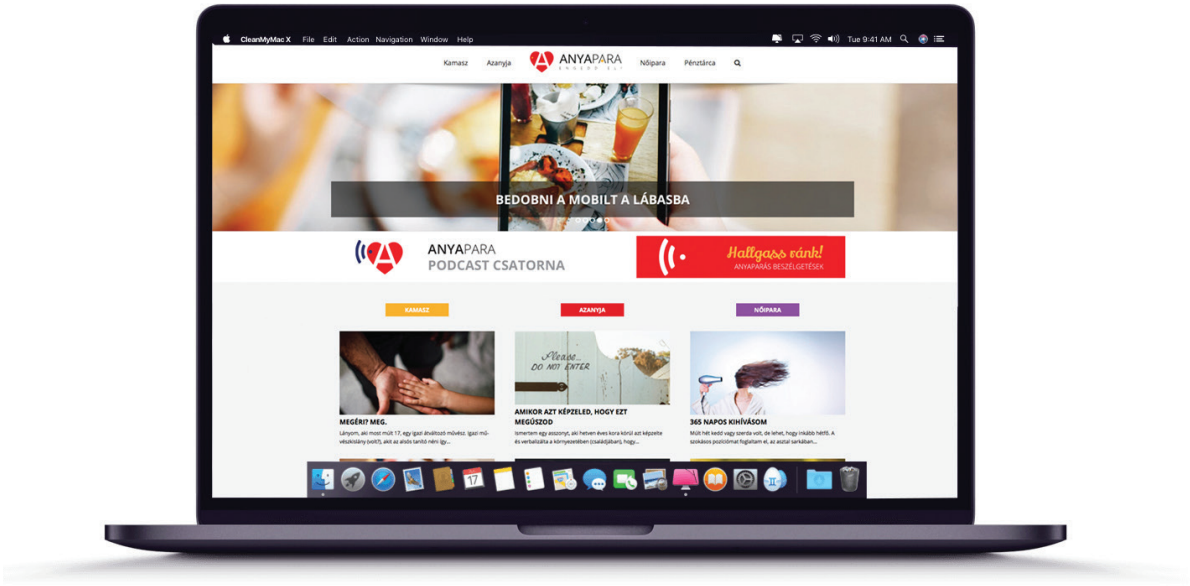
MÉDIAAJÁNLAT

MI AZ ANYAPARA.HU

Az oldal 4 éve jött létre a 35–50 éves városi, AB státuszú nők számára, akik anyaként 8–19 év közötti gyerekkel élnek. Ez a korszak mindkét fél számára kihívás, hiszen a „negyvenes nő” pont ugyanannyi parával küzd, mint a kamasz. Az Anyapara célja az, hogy elhiggyük: ez a korszak kellő öniróniával és önkritikával sokkal könnyebben kezelhető, mint gondolnánk.

HÁNYAN OLVASSÁK AZ ANYAPARA.HU-t

- Napi egyedi látogató: 1000 fő *(forrás: Google Analytics, 2019. 1-4 hó átlaga)*
- Facebook közösség: 11.000 like *(organikusan épült)*
- Egy Facebook poszt átlagos elérése: 6.000 fő *(forrás: Facebook Insight, 2019. 1-4 hó átlag)*



AKTÍV KÖZÖSSÉG

- Instagram: 2018. decemberében indult, jelenleg 500 követő, organikus közösségépítés.
- Podcast csatorna: 2018 januárjában indult, jelenleg 2500 letöltés volt.
- Youtube csatorna: 2019 tavaszán indult.

MIÉRT AZ ANYAPARA.HU

Valódi közösség:

- Mivel a blog követői tábora organikusan bővült, az olvasók valóban szeretik az írásainkat, podcastjainkat. Ezeket a visszajelzésekből (kommentszám, megosztások, olvasói levél) is tudjuk.

Hiteles tartalom

- A visszajelzések alapján az olvasóink hétköznapjait valóban segítik a tartalmaink.

Innovatív és kreatív csapat

- Követjük a tartalomelőállítási trendeket, jelen vagyunk nem csak a Facebookon, hanem az Instagramon is és Youtube-on is elérhetőek leszünk nyártól. Podcastokat készítünk, amelyek egyre népszerűbbek itthon is.

MILYEN PLUSZT TUD NYÚJTANI AZ ANYAPARA.HU EGY KAMPÁNY SORÁN

Kreatív ötletek: a natív hirdetések tartalmát előzetesen egy kreatív workshopon készítjük el a szerkesztőség tagjaival a megbízó inputjai alapján.

Natív hirdetések előnye: az Anyapara.hu csapata által megírt szponzorált cikkeket az olvasók egyáltalán nem tekintik tolakodónak vagy erőltetettnek, hiszen mi készítjük, ahogy a többi tartalmat, ugyanolyan hiteles, mint a többi tartalmunk.

Több platformon is jelen vagyunk: Facebook, Instagram és Podcast csatorna.

Win-win helyzet: az Anyapara saját márkáját építi, ezért fontos számunkra a jövőbeni együttműködés. Éppen ezért kifejezetten motiváltak vagyunk arra, hogy a szponzorált tartalom sikeres legyen.

ANYAPARA
ENGEDD EL!

EGYÜTTMŰKÖDÉSI LEHETŐSÉGEK

Szponzorált cikk:

- Hirdetői brief alapján Anyapara.hu csapata javasol cikktémákat, melyeket a Hirdető jóváhagyása után mi írjuk meg. Természetesen a végső cikket is teljes egészében jóváhagyatjuk.
- A cikkben 2 link a hirdető oldalára vezet
- A cikk mellett megjelenő banner a hirdető bannere
- A cikket posztoljuk a Facebookon
- A cikket storyként posztoljuk az Instagramon

Szponzorált cikksorozat:

- Hirdetői brief alapján Anyapara.hu csapata javasol cikktémákat, melyeket a Hirdető jóváhagyása után mi írjuk meg. Természetesen a végső cikkeket is teljes egészében jóváhagyatjuk.
- Cikkek száma: 3
- Cikkenként 2 link a hirdető oldalára vezet
- Minden cikket posztolunk a Facebookon
- Minden cikkről story-t posztolunk az Instagramon

Tesztcikk:

- Hirdető kérésére kipróbálunk egy terméket vagy szolgáltatást, amiről cikket írunk.

Anyapara.hu szponzoráció:

- Az Anyapara.hu 3 kiválasztott banner helyén a hirdető bannerei jelennek meg 2 hétig

Podcast csatornában megjelenés:

- Kiválasztott témáról 35 perces beszélgetés.

Rendezvények szponzorációja:

- Molinó vagy szórólap kihelyezése az Anyapara rendezvényén

ANYAPARA
ENGEDD EL!

REFERENCIÁK, KORÁBBI ÉS JELENLEGI HIRDETŐI EGYÜTTMŰKÖDÉSEK

Tchibo family projekt

• Az együttműködés keretében a www.tchibofamily.hu oldal bloggereként fél éven át az anyaságról, azon belül is a kamaszokkal való együttélésről posztoltunk.

• A témákat közösen alakítottuk ki a megrendelővel és az ügynökséggel.

MKB 20percegészség projekt

• amelyben a https://mkb20percegeszseg.hu/tipp oldalon fél éven át a negyvenes nők életéről, személyes történeteket posztoltunk. Itt a témaköröket a megrendelőtől kaptuk és ezeket kellett perszonalizálni.

A Richter Gedeon Nyrt. szexuális felvilágosítás és az internet projektjében

• egy éven keresztül rendezvényeken szerveztünk és tartottunk kamaszok szüleinek az internet veszélyeiről. Idén a negyvenes nőket érintő kérdések vannak fókuszban (egészség, szexualitás, változás, kihívások, célok), amelyről cikksorozatot írunk és rendezvényeket tartunk.

Az Apenta Plusz kampányában

• a tanulás volt a fókuszban, amelyet a mi javaslatunkra emelt be a kommunikációba a hirdető.

REFERENCIÁK

accenture · ÖSB Budapesti Osztrák Iskola · CIB BANK · Gedeon Richter Ltd. · GURU · illy · MASPEX · MKB Bank · sage · Tchibo

ANYAPARA
ENGEDD EL!

KIK VAGYUNK MI

Bábel-Szücs Szilvia, alapító főszerkesztő, szociológus, kommunikációs szakember
Két kamasz fiú anyukája, aki tíz év multinál vállalt vezető pozíciót után tíz éve piackutatási területen dolgozik, eközben írt könyvet és dolgozott újságíróként.

Salát Luca, tanácsadó szakpszichológus és gyógypedagógus
Négy gyerek anyukája, aki látszólag igyekszik lazán venni a teendőket, mégis komoly parázás és folyamatos tépelődés zajlik a lelkében miattuk. Írásai rendhagyó módon vezetik az olvasót a mindennapokban, mind anyaként, mind negyvenes nőként.

Drixler Imola, két kamasz fiú anyukája, aki olvasóból lett állandó szerzőnk.

Kiss Mónika, közgazdász-szociológus
Két kamasz fiú anyukája. 20 évet meghaladó tőkepiaci tapasztalattal rendelkező, több eszközosztályban járatos szakember. A Világgazdaság tőzsdei szerkesztője és a https://kissmoni.home.blog oldal szerzője.

ÉRDEKLŐDÉS

E-mail: anyapara@anyapara.hu
Telefonszám: Bábel-Szücs Szilvia 06 30 456-3426