

Format reklamowy mający postać listu elektronicznego, adresowanego do grupy celowej, wyselekcjonowanej spośród użytkowników serwisów Axel Springer Polska.

Mailing to format reklamowy o w pełni mierzalnej skuteczności, wykorzystujący potencjał marketingowy poczty elektronicznej i pozwalający na szybkie i efektywne dotarcie do precyzyjnie wyselekcjonowanej grupy celowej.

W odróżnieniu od innych kanałów komunikacji z grupą celową, w przypadku mailingu, reklamodawca ma pewność, że jego przekaz dotrze wyłącznie do osób akceptujących taką formę reklamy. Wszyscy użytkownicy serwisów wyrazili bowiem zgodę na nadsyłanie tego typu korespondencji.

Jednym z największych atutów mailingu jest mierzalność jego skuteczności. Po zakończeniu kampanii mailingowej, reklamodawca uzyskuje dostęp do statystyk, które pozwalają mu uzyskać pełny ogląd uzyskanych efektów.

Dlaczego warto skorzystać z tego formatu reklamy?

- **Szybkość** – reklama nieograniczona cyklem wydawniczym lub porą emisji
- **Precyzja** – starannie wyselekcjonowana grupa celowa
- **Akceptacja** – reklama trafia tylko do tych, którzy wyrazili chęć jej otrzymywania
- **Pewność** – rezultaty kampanii są w pełni mierzalne
- **Urozmaicenie** – możliwość wyboru dwóch całkowicie różnych formatów
- **Skuteczność** – dzięki dostępowi do bogatej bazy mailingowej
- **Efektywność** – relatywnie niskie koszty w stosunku do skuteczności kampanii



Dopłaty do cen bazowych, kryteria geograficzne i demograficzne

| KATEGORIA | KRYTERIA | DOPLATA |
|-----------------------|--|---------|
| Płeć | kobieta/mężczyzna | 25% |
| Wiek | dowolny przedział wiekowy | 25% |
| Województwo | dowolne województwo | 25% |
| Miejscowość | dowolna miejscowość | 45% |
| Wielkość miejscowości | miejscowości do 20 tys. mieszkańców, od 20 do 50 tys. mieszkańców, od 50 do 100 tys. mieszkańców, od 100 do 200 tys. mieszkańców, powyżej 200 tys. mieszkańców | 25% |
| Zawód | kierownik / menedżer; pracownik reklamy i PR; właściciel przedsiębiorstwa; dyrektor | 30% |
| Zainteresowania | personalizacja wg. serwisów internetowych | 50% |
| Wykształcenie | wyższe, policealne, średnie, zawodowe, podstawowe | 40% |