



WEDDING.pl

Największa platforma
dla par w Polsce

WE

Nasza misja

WEDDING.pl

Od 2017 roku
wspieramy

Pary Młode

i ich bliskich w dotarciu
do najbardziej dopasowanych
usługodawców ślubnych.

Prezentujemy treści związane

z tematyką **weddingową**

jak i **lifestyle** towarzyszący
parom, ich rodzinie, gościom
i przyjaciołom w okresie przygotowań do
tego szczególnego wydarzenia



Prowadzimy i edukujemy

w tematach mody, urody,
zdrowia, podróży i stylu życia

WE ARE QUALITY...

Inspirujemy pary,

które czują się zagubione
w tematyce ślubnej,
ale dysponują budżetem
i chcą inwestować **w**
jakość i prestiż

Jesteśmy jednym
z najbardziej
wiarygodnych
i eksperckich
źródeł informacji

Zapewniamy jakość,
wyznaczamy
trendy w branży
ślubnej, wzbudzamy
zaufanie



WE

Gdzie jesteśmy?

ponad
1 mln

odstón
portalu
miesięcznie

300 tys.

miesięcznych odstón
artykułów na WEDDING.pl

ponad
80 % ruchu

bezpośrednio z Google*

WEDDING.pl to nie tylko pary młode,
ponad

40 % naszych
użytkowników

to goście weselni, czyli aktywni poszukiwacze
treści związanych z modą, urodą,
kosmetologią, pielęgnacją, prezentami, etc

* Sukcesywnie zwiększamy naszą widoczność w Google,
dzięki czemu trafiamy do coraz większej liczby młodych par.

Kim jest użytkownik WEDDING.pl?

90 % użytkowników
to kobiety

- ✦ interesują się modą,
urodą, popkulturą

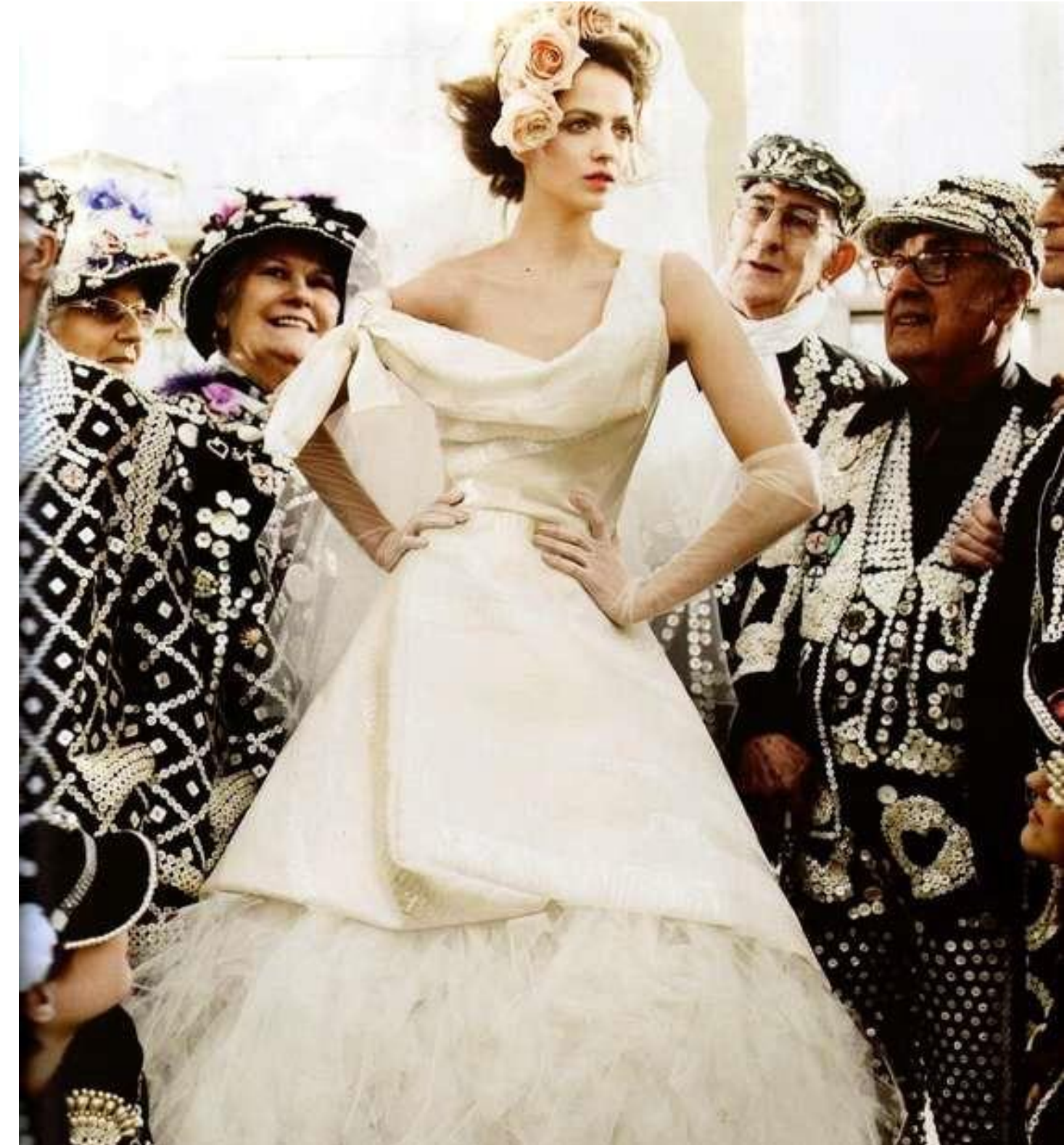
- ✦ aktywnie korzystają
ze smartfona

- ✦ mieszkają
w dużym mieście

- ✦ wiek 20+
demograficzny up market

- ✦ aspirują

- ✦ szukają poleceń,
rekomendacji



1,5
roku

tyle czasu przed ślubem
rozpoczyna organizację
uroczystości i aktywne
poszukiwania inspracji
na WEDDING.pl

KAMPANIE, W KTÓRYCH
CHCEMY PRZEKAZAĆ
WIĘCEJ TREŚCI

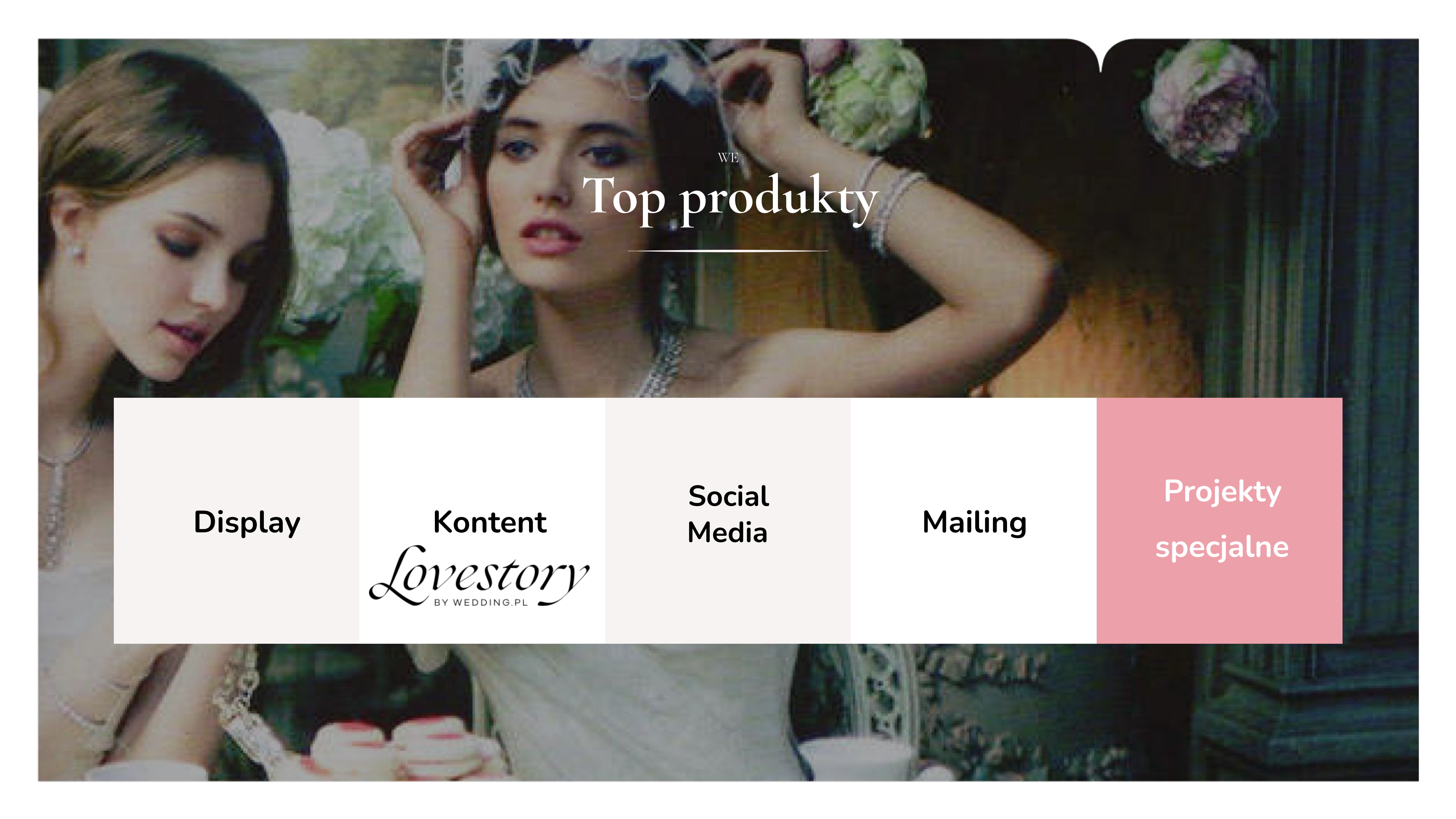
Potencjał reklamowy WEDDING.pl



KAMPANIE, KTÓRE MOGĄ
WYGENEROWAĆ POTRZEBĘ
POSIADANIA PRODUKTU

KAMPANIE, KTÓRE CHCĄ
BYĆ KOMUNIKOWANE
JĘZYKIEM I STYLEM SERWISU
Z **WYSOKĄ WARTOŚCIĄ**
DLA UŻYTKOWNIKA

KAMPANIE ANGAŻUJĄCE
(wywiady, konkursy, quizy)

A romantic wedding scene featuring two women. One woman is adjusting the hair of another who is holding a bouquet of flowers. The background is softly blurred, showing greenery and a hint of a wedding cake.

WE Top produkty

Display

Kontent
Lovestory
BY WEDDING.PL

**Social
Media**

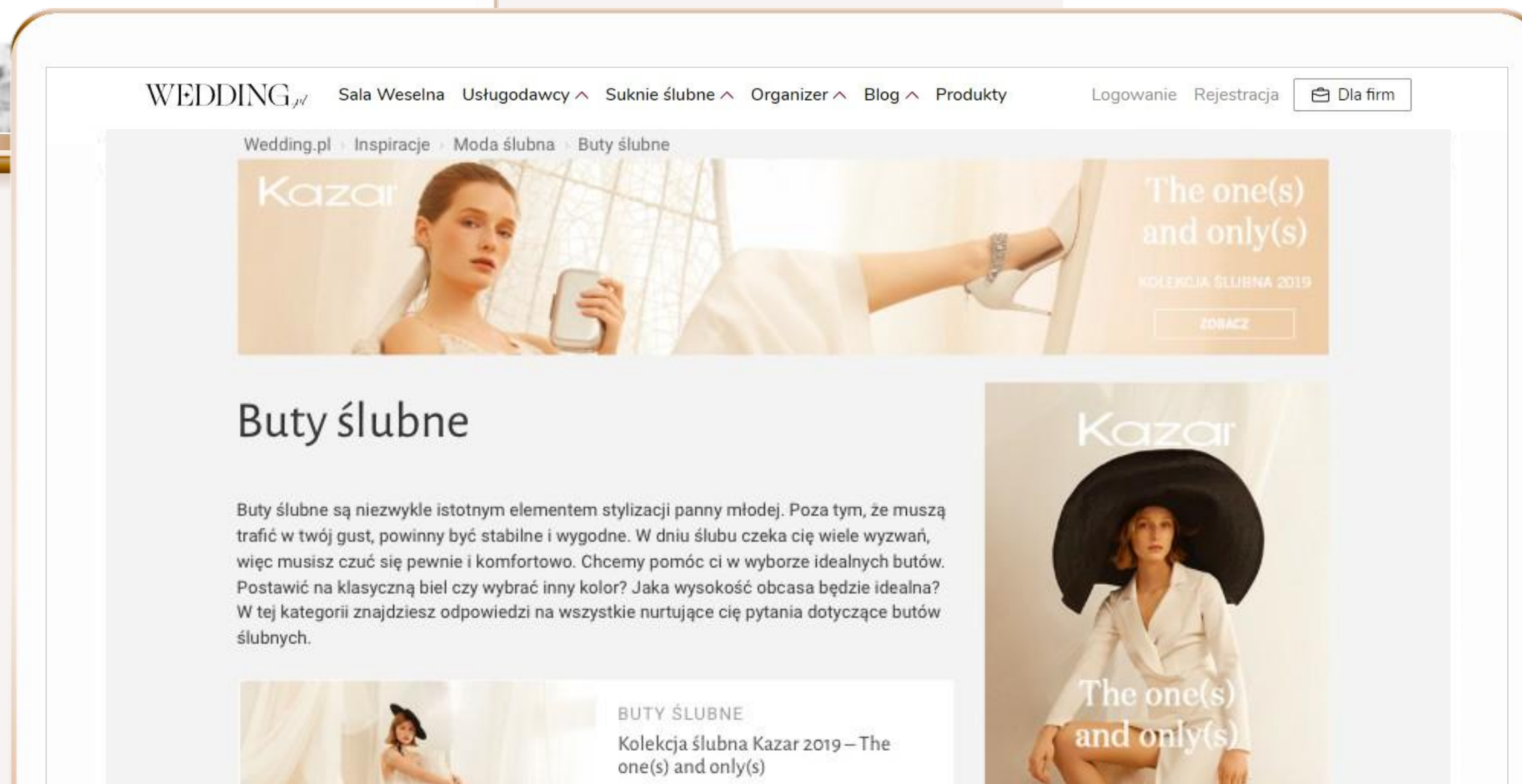
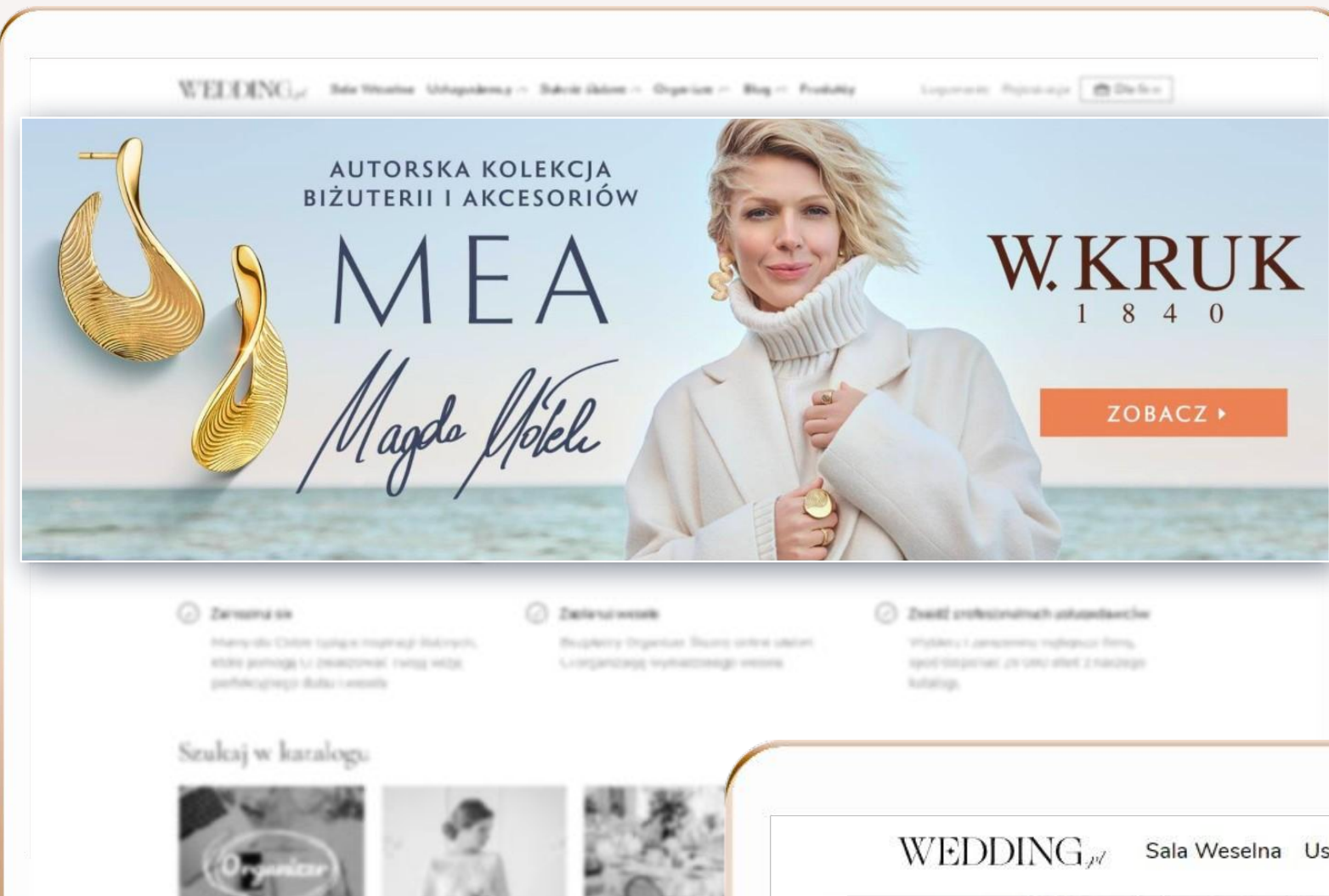
Mailing

**Projekty
specjalne**

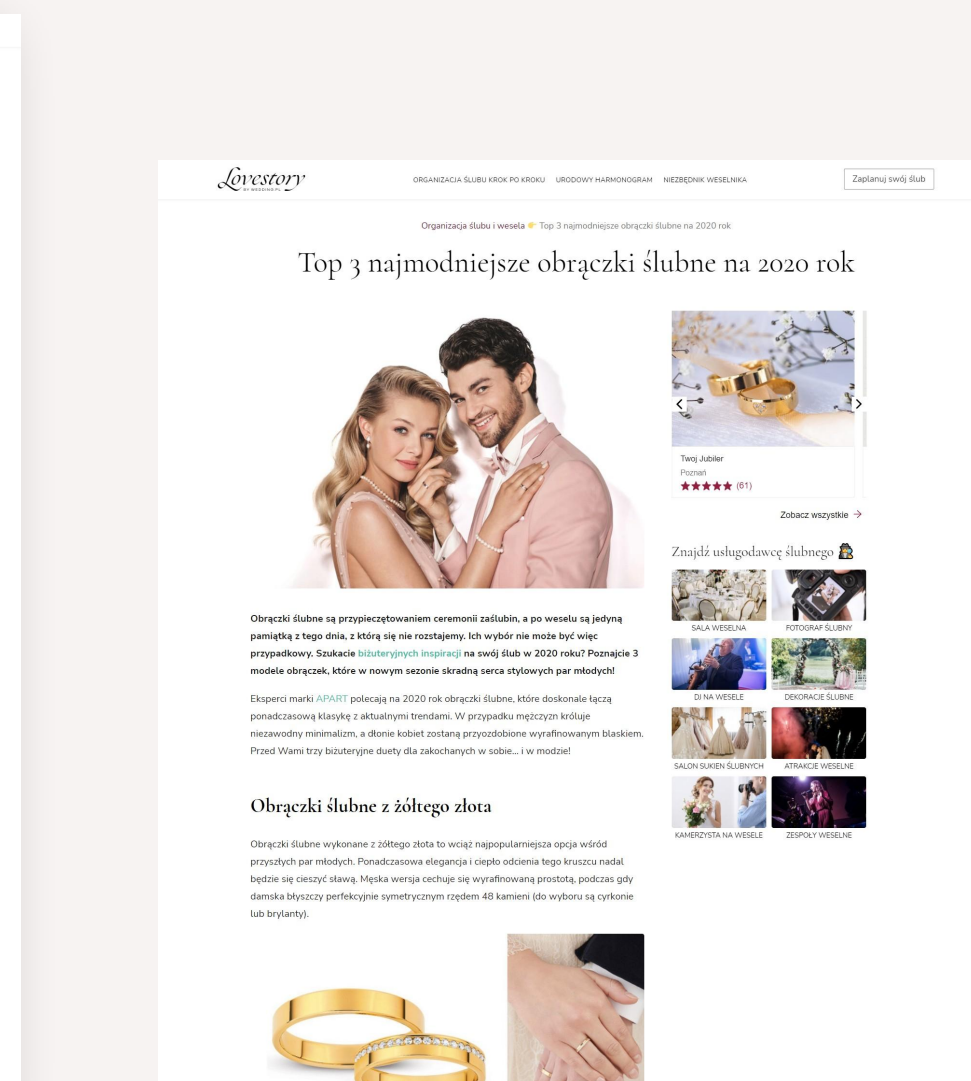
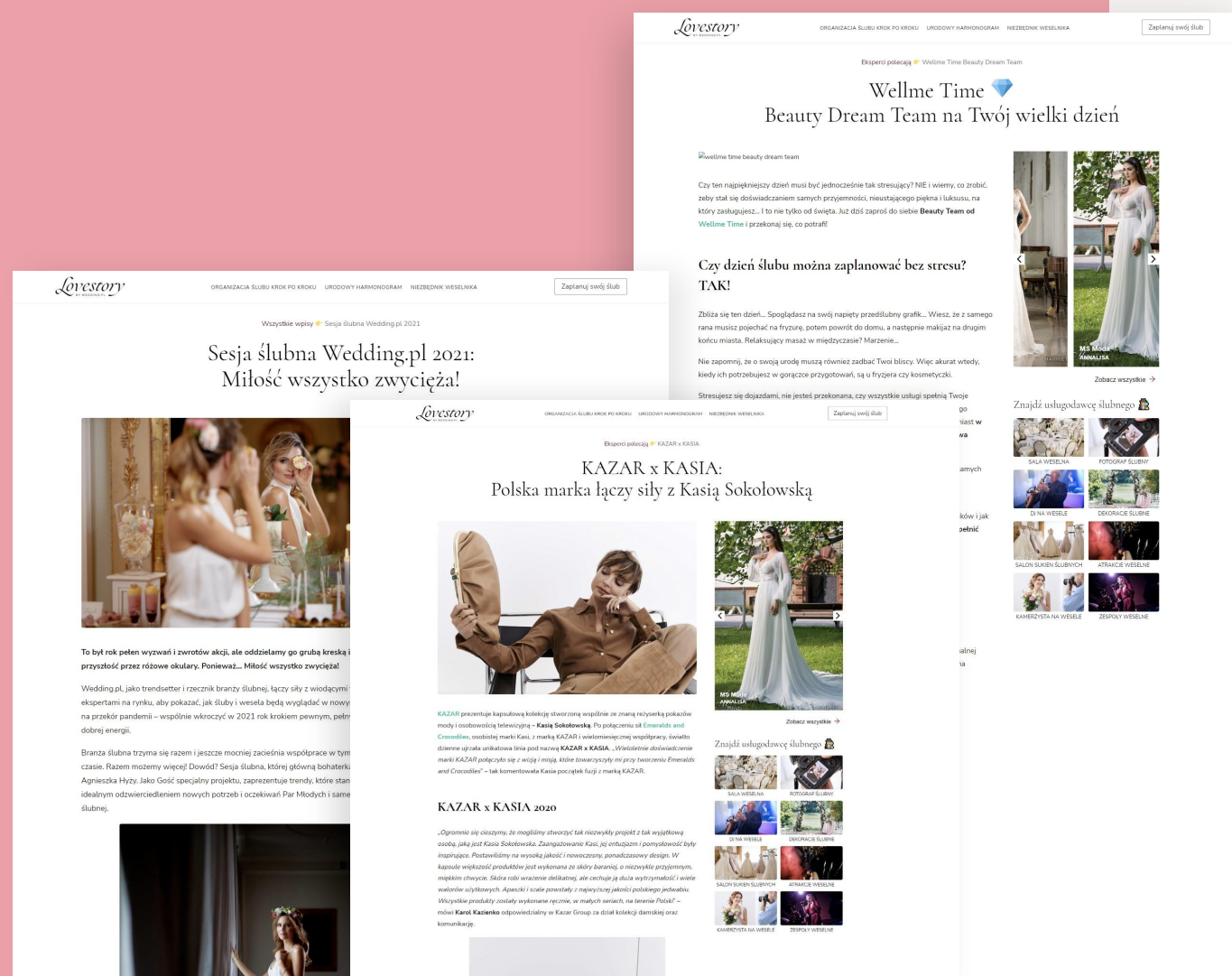
Display^{WE} Content

- ✦ Baner na blogu **LoveStory**
- ✦ Baner na Home Page Wedding.pl
- ✦ Baner w artykule
- ✦ Baner wojewódzki w wybranej kategorii

Lovestory
BY WEDDING.PL



WE



Artykuł sponsorowany

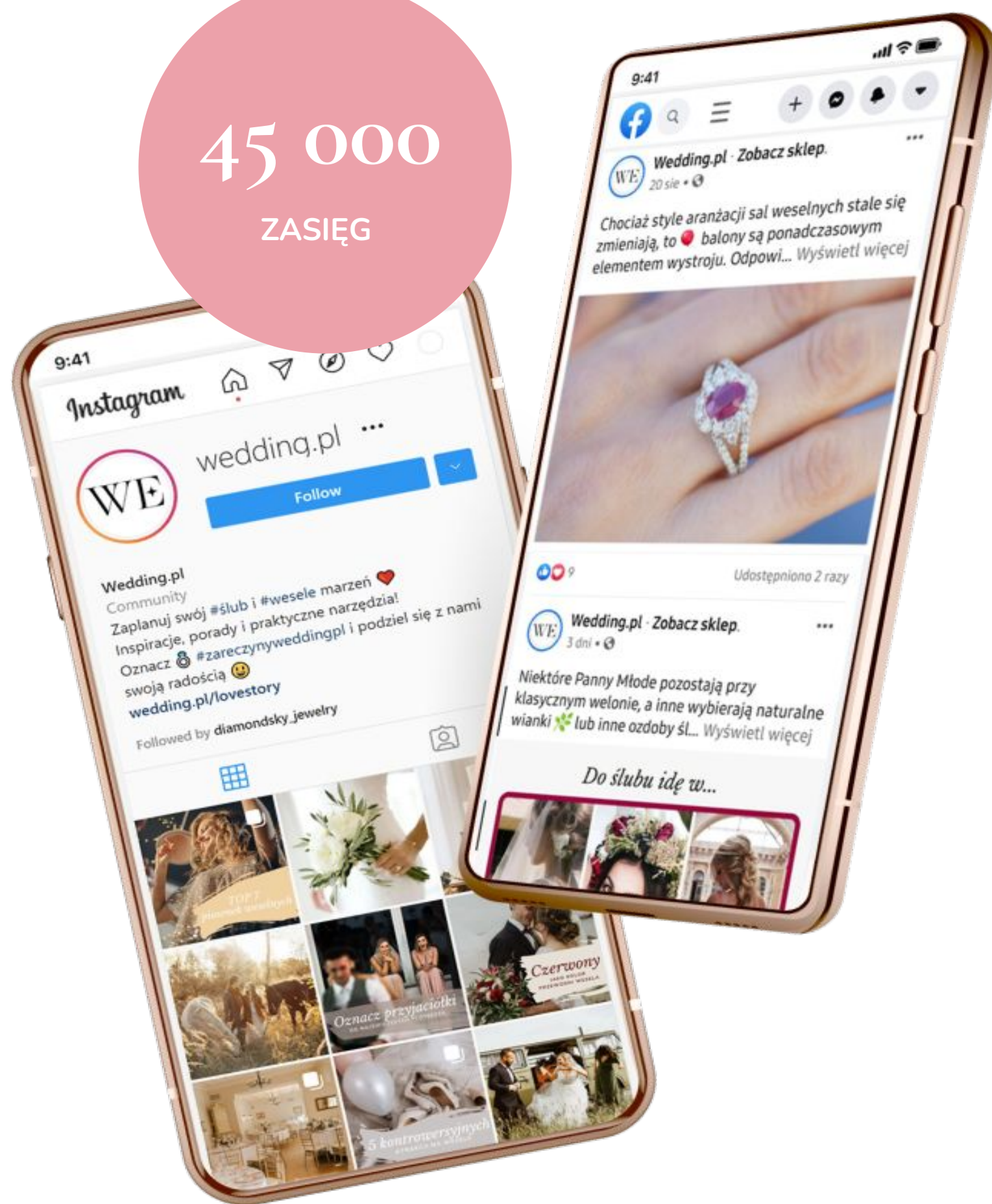
materiał, w którym produkt/usługa występuje w roli głównej napisany od podstaw przez naszych ekspertów lub we współpracy z Partnerem. Może mieć formę wywiadu, poradnika lub **tekstu z galerią zdjęć**

Artykuł evergreen/partner

istniejący materiał **SEO** regularnie odwiedzany przez czytelników w związku z wysokim pozycjonowaniem na hasłach kluczowych. Tekst może zawierać fragmenty lub być w całości poświęcony danej marce. Dostępny wybór to ponad **60 unikalnych artykułów** napisanych przez naszą redakcję.

45 000

ZASIĘG



WE

Social media

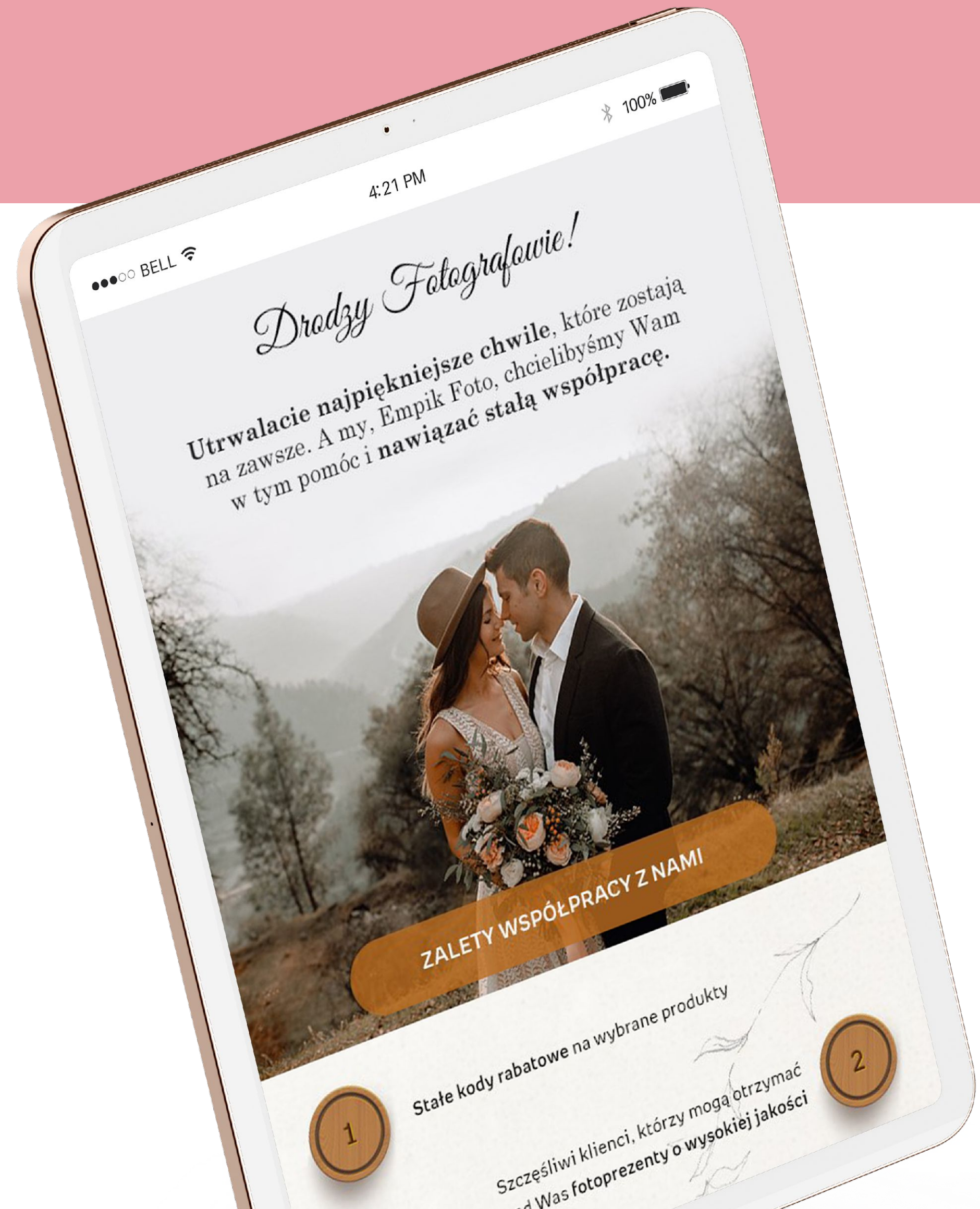
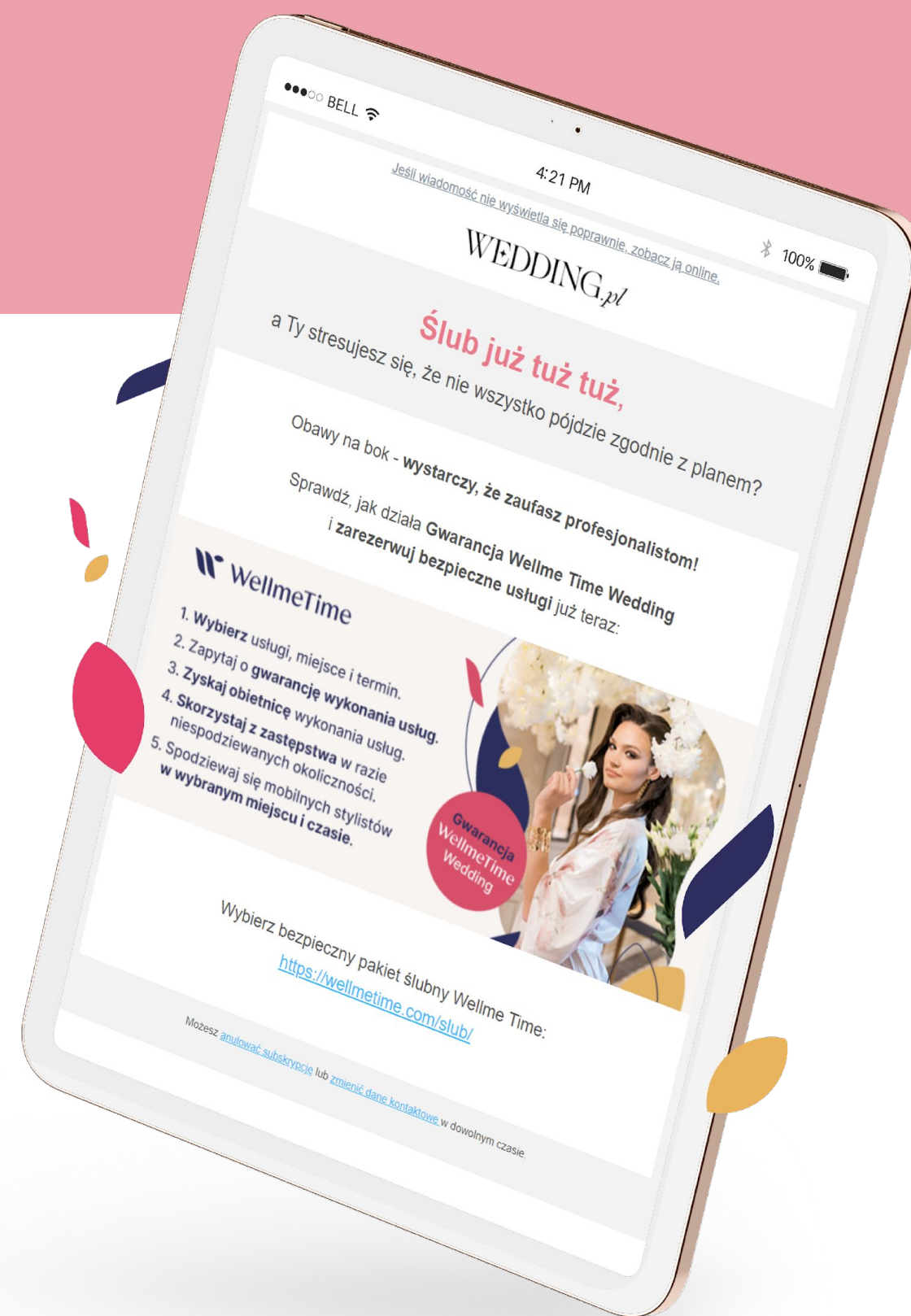


210 tys.

zaangażowana społeczność
zainteresowana tematyką
weddingową i materiałami
premium.

Grupa “**Panny Młode**”
moderowana przez
Wedding.pl z ponad **23 000**
aktywnych użytkowników



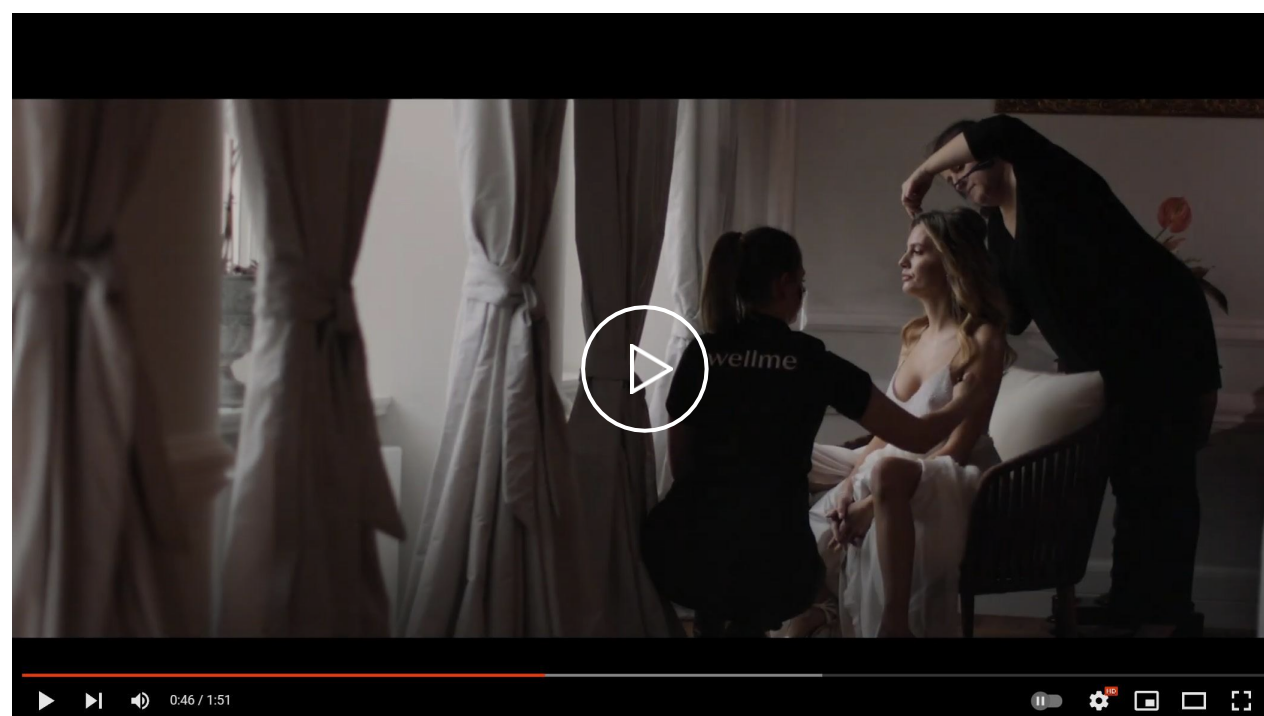


WE Newsletter/mailling

dedykowane wiadomości do
wyselekcjonowanej bazy ponad
115 000 panien młodych oraz
naszych partnerów

WEDDING.pl

Projekty specjalne



WATCH
Y[O]UR
#BUSINESS

✦ Sesje
sponsorowane
na wyłączność

✦ Sesje
sponsorowane
łączące kilku
niekonkurencyjnych
partnerów reklamowych

✦ Video produkcje

✦ Konkursy, quizy,
sondy, wywiady

WEDDING.pl
Zaufali nam...

NOVOTEL
HOTELS, SUITES & RESORTS

sodastream®
WellmeTime
wedding

JUSTIN ALEXANDER

PAKO LORENTE®

wakacje.pl



W.KRUK
1 8 4 0

Canon

GIACOMO CONTI

MARRIOTT

PANDORA

APART

kazar

Lilou™



SAVICKI

SINCE 1976