



TRIBUNA.COM

**МЕДИЙНЫЕ
ВОЗМОЖНОСТИ**



КТО МЫ?

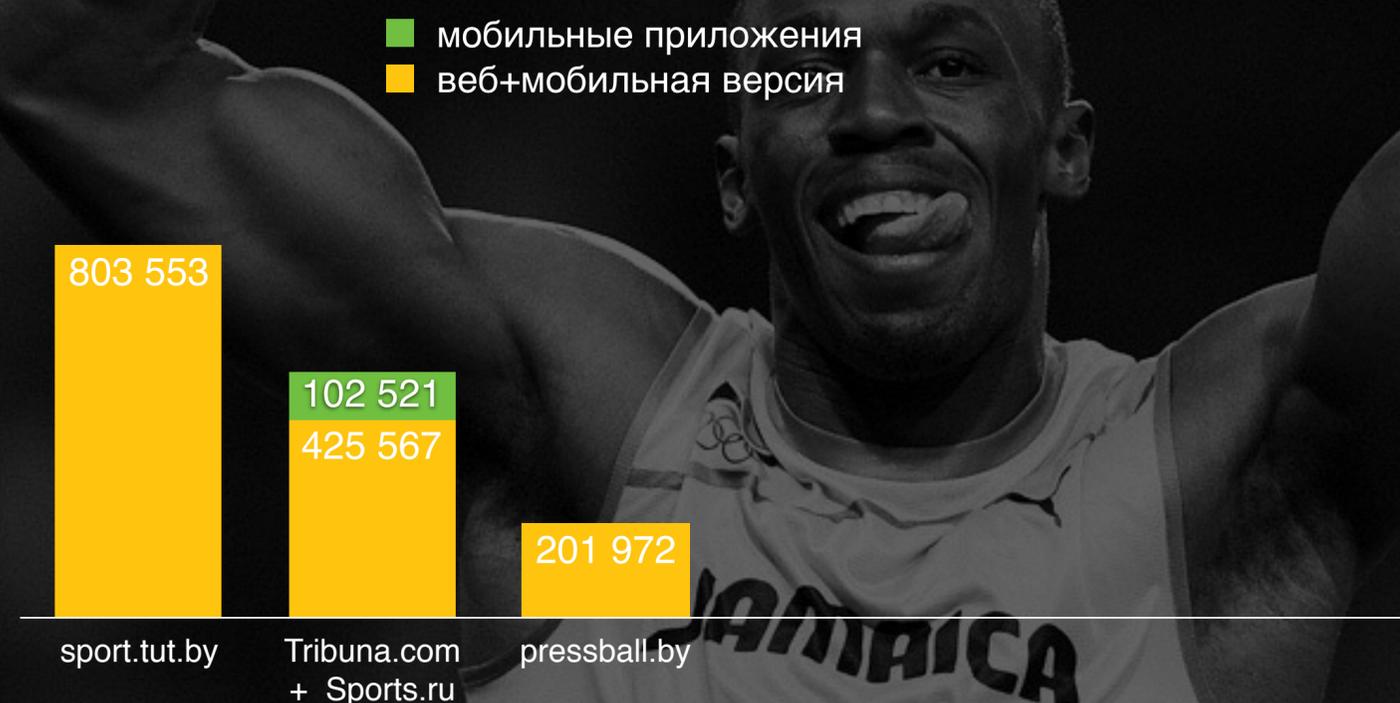
Мы digital-издательство для неравнодушных к спорту:

- MAU более полумиллиона увлеченных спортом людей;
- в среднем пользователь Tribuna.com проводит на сайте **40 минут**;
- **150** мобильных приложений (ХК «Динамо» Минск, БАТЭ и т.д.);
- лидерство в социальных сетях: **1,5 млн.** месячный охват аккаунтов Tribuna.com (**90К** подписчиков в FB, VK, OK и TW).

Уникальные сессии в спортивном сегменте с учетом аудитории приложений:



Уникальные пользователи в спортивном сегменте



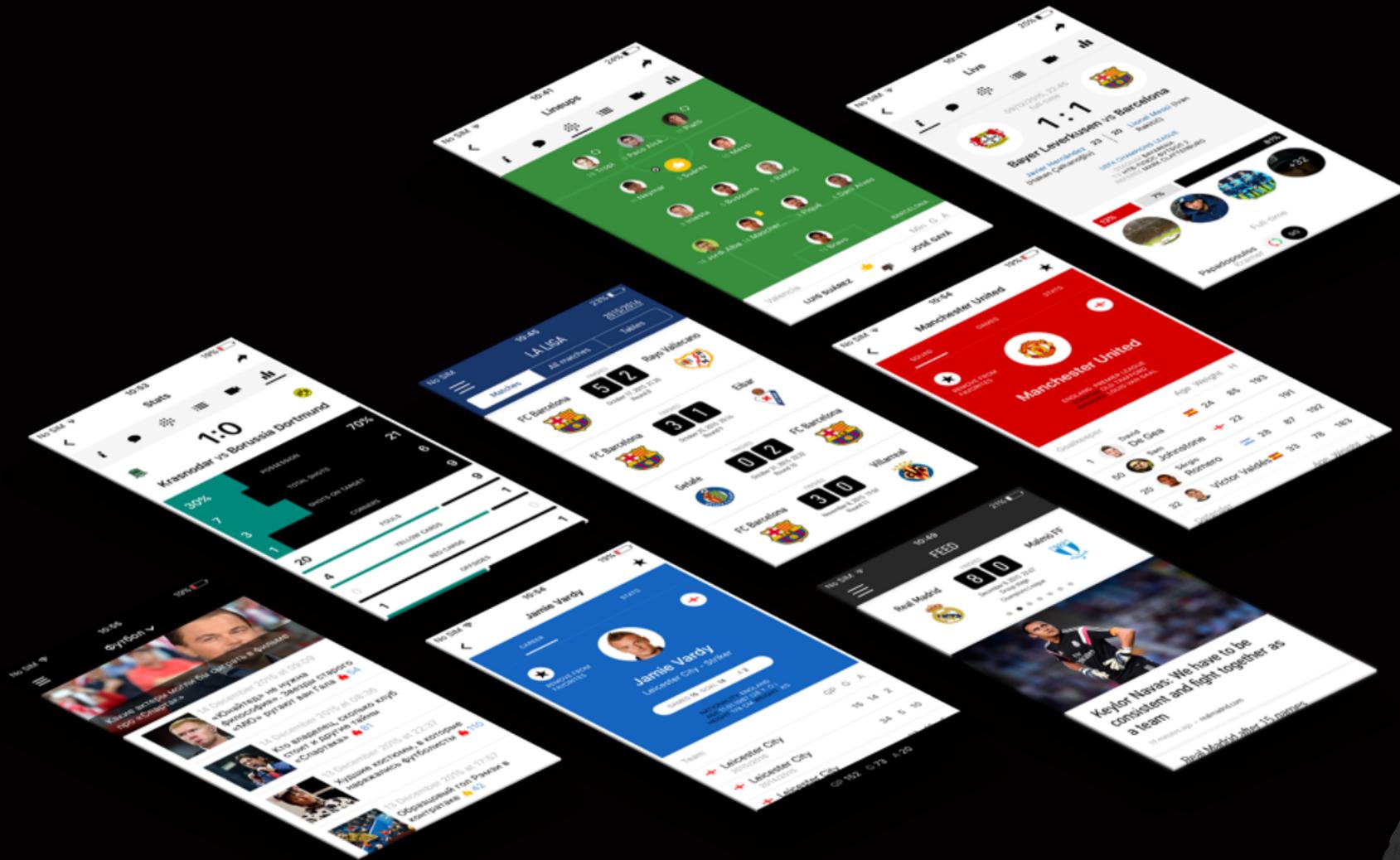
Монополия в мобайле

150+

приложений, включая чисто белорусские:
ХК«Динамо» Минск, БАТЭ, Tribuna.com

500 ТЫС

совокупный месячный охват мобильных
продуктов Tribuna.com (мобильный веб
и приложения)



Главное спортивное комьюнити Беларуси

Экосистема **Tribuna.com** помимо редакционных материалов включает в себя блоги, сообщества по интересам, общение во всех digital-средах.

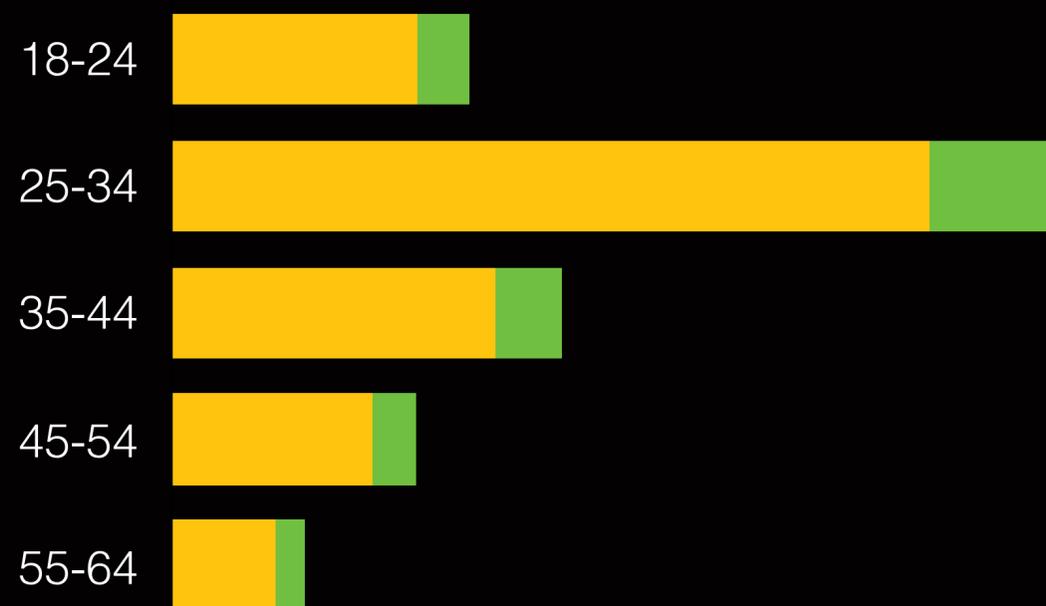
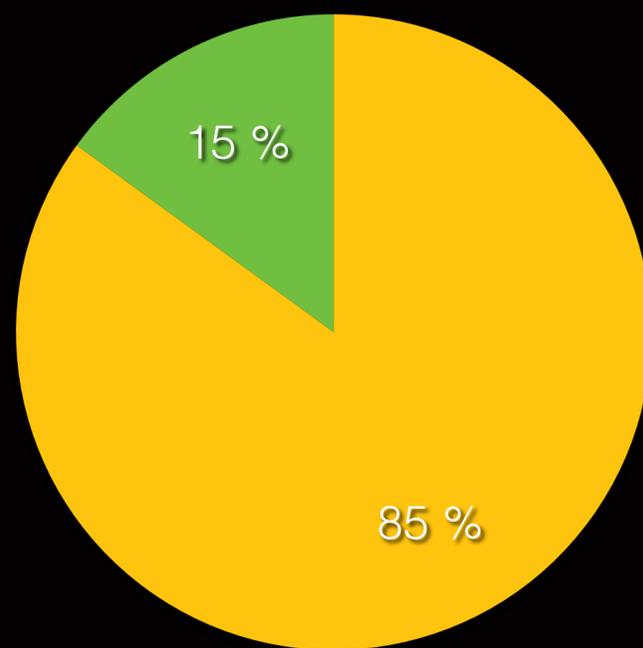
Таким образом, техническое устройство Tribuna.com позволяет таргетировать рекламу на болельщиков **конкретных команд/сборных** и поклонников отдельных видов спорта.

- Более **100 тыс.** зарегистрированных пользователей;
- **50 000+** комментариев в месяц, **3000+** статусов и постов,
- **150 000+** реакций;
- персональные ленты;
- **60 000+** подписчиков групп в соцсетях
- email-база.



Аудитория

Экосистема **Tribuna.com** помимо редакционных материалов включает в себя блоги, сообщества по интересам, общение во всех digital-средах.



● Мужчины ● Женщины



Наша миссия

Дополнительные активации спонсорства

Мы превращаем спонсорство в последовательность информационных поводов, каждый из которых может собрать аудиторию

>500 тыс. человек

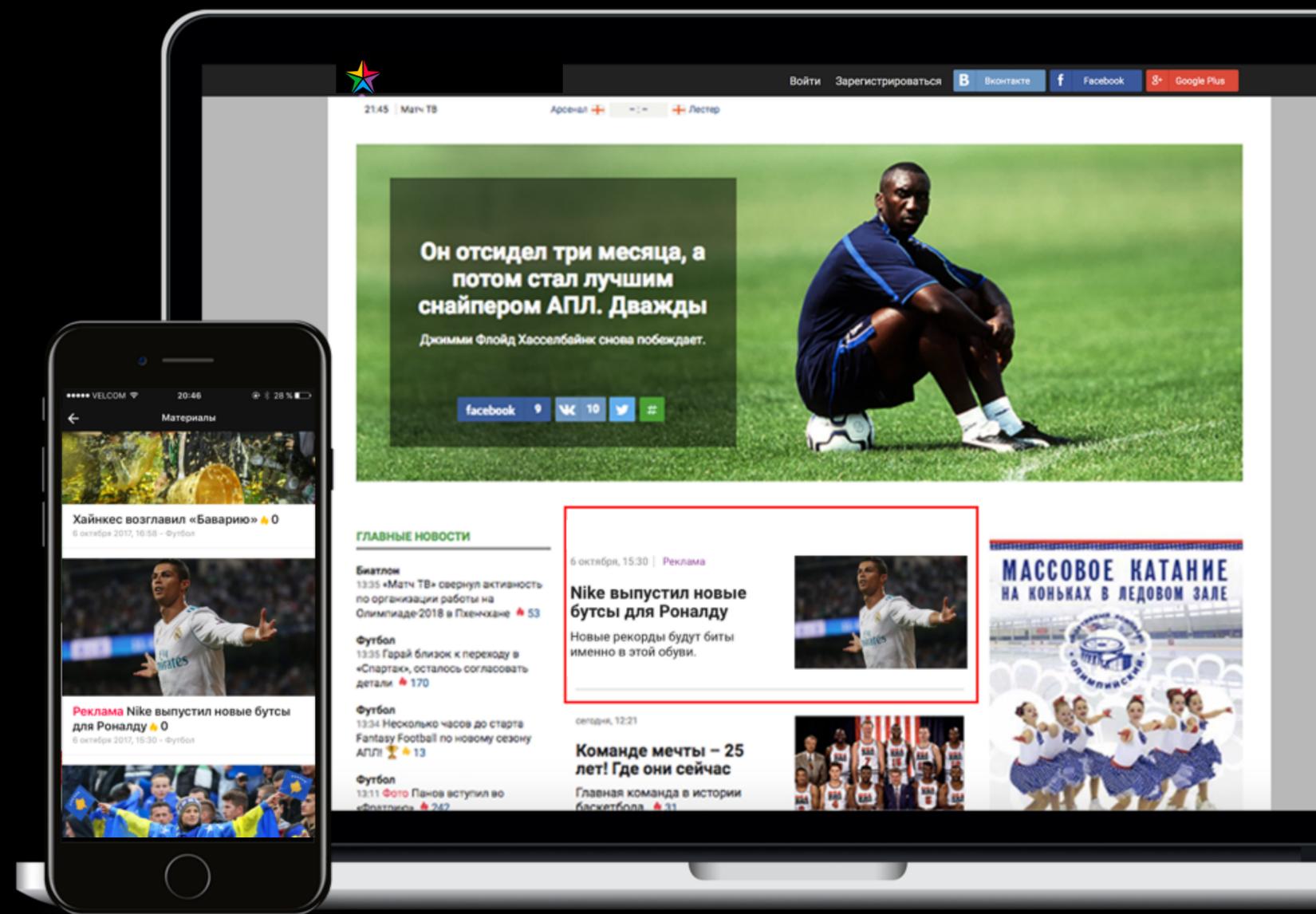
Интеграция брендов на спортивную территорию

Если бренд не является спонсором клуба, сборной или события, мы все равно можем правильно и эффективно интегрировать его в спортивное информационное поле.

Наши возможности: нативные форматы

Нас читают и бунтующие школьники, и топ-менеджеры крупных корпораций, и футболисты сборной. **Каждый** из них находит на Tribuna.com что-то **интересное** и познавательное для себя. Мы **помогаем** рекламодателям нативно интегрироваться в контент и **общаться с целевой аудиторией на ее языке**.

- **Native news**, емкий анонс мероприятия/активации в ленте новостей;
- **Native in-feed**, мощный заголовок, который ведет трафик на сайт и повышает конверсию;
- **Sponsored post**, упоминание бренда прямо в контенте, чтобы доступно раскрыть лучшие свойства продукта;
- **Brand's media**, специальный бронированный блог с циклом постов, который обеспечивает широкое присутствие бренда на территории спорта;
- **Спецпроект на отдельном лэндинге**, нестандартное интегрирование бренда в контент.



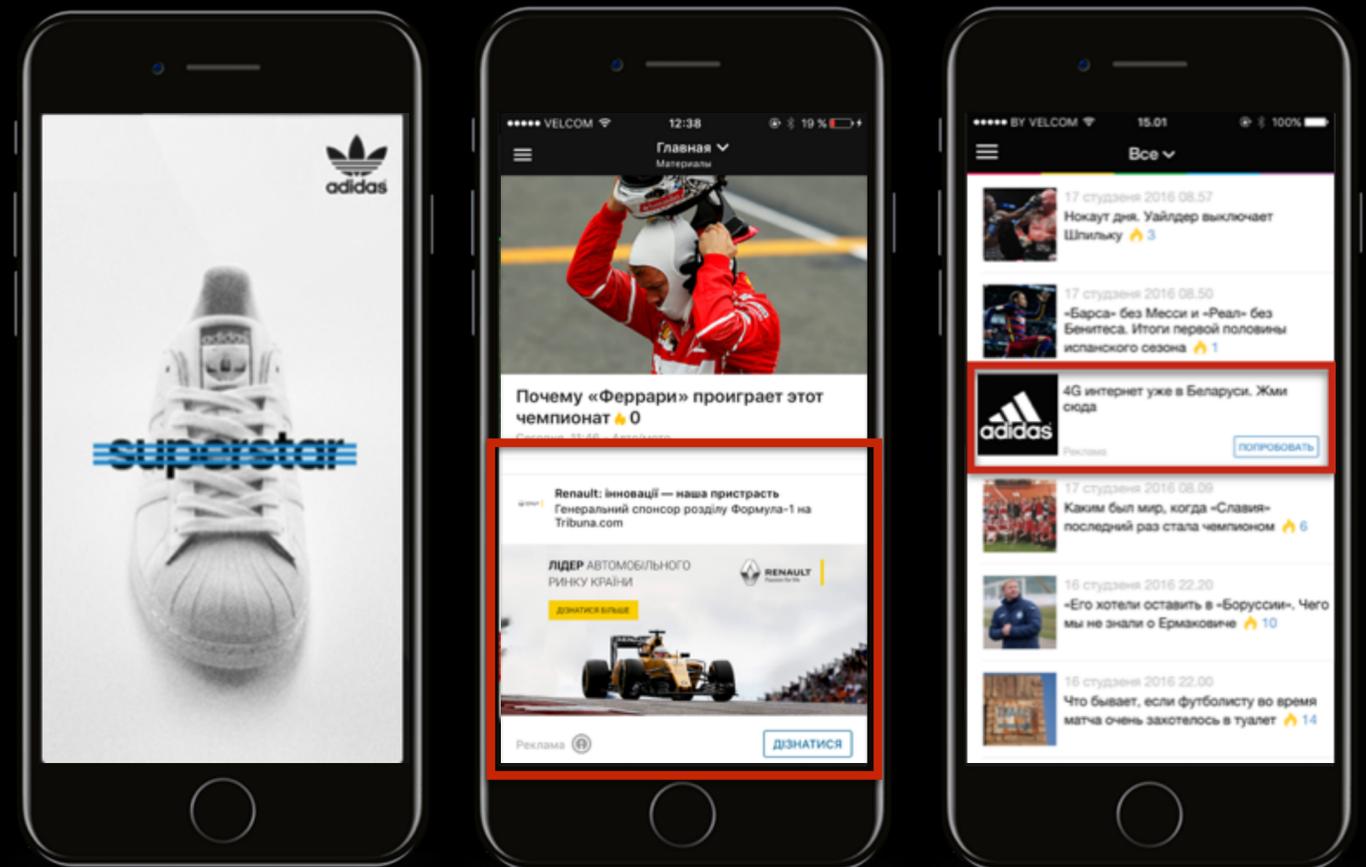
Наши возможности: продвижение в мобайле

Более **60 процентов** всех сессий Tribuna.com приходится на мобайл: мобильная версия + приложения.

Высококонверсионные форматы: фулскрин, нативная реклама. Показатели по этим плейсментам в 2-3 раза превышают показатели CTR на вебе.

Возможность таргетинга на премиум-аудиторию.

Персональная коммуникация: брендированные пуш-уведомления для пользователей приложений.



Может быть, у вас есть примеры?



Бренди́рованный спецпроект с PEPSI

Задача

Активировать спонсорство PEPSI и Лиги чемпионов

Решение

Брендирование, таргетированное на пользователей, интересующихся Лигой чемпионов

Результаты

Показатели CTR кратно выше средних - 1,5%
(средний CTR брендинга на Tribuna.com - 0,8%)

**ПУТЬ К ФИНАЛУ
UEFA CHAMPIONS LEAGUE**
Главные матчи и звезды турнира
с 1992 по 2017 год

2010/11 [Выбрать другой год](#)

ПОБЕДИТЕЛЬ
БАРСЕЛОНА
Испания

ФИНАЛИСТ
МАНЧЕСТЕР ЮНАЙТЕД
Англия

БОМБАРДИР ТУРНИРА
ЛИОНЕЛЬ МЕССИ
12 голов

Минувший сезон Лиги чемпионов принес считанное количество сюрпризов и сенсаций. Строгая иерархия соблюдалась на протяжении турнира всеми, кроме, разве что, «Шальке». «Барселона», «Манчестер Юнайтед» и мадридский «Реал» составили триумvirат европейских футбольных гегемонов, угрожающих в ближайшие годы регулярно доходить до полуфиналов турнира. «Барса» в очередной раз подтвердила грозный статус команды, с которой никто не хочет встречаться. Особенно в финале.

**КАКУЮ КОМАНДУ ИЗ ПОБЕЖДАВШИХ
В ЛИГЕ ЧЕМПИОНОВ ВЫ СЧИТАЕТЕ
СИЛЬНЕЙШЕЙ?**

| | | |
|-------------------------------------|-------|-------------------|
| <input type="checkbox"/> | 10/11 | Барселона |
| <input type="checkbox"/> | 09/10 | Интер |
| <input type="checkbox"/> | 08/09 | Барселона |
| <input checked="" type="checkbox"/> | 07/08 | Манчестер Юнайтед |
| <input type="checkbox"/> | 06/07 | Милан |
| <input type="checkbox"/> | 05/06 | Барселона |
| <input type="checkbox"/> | 04/05 | Ливерпуль |
| <input type="checkbox"/> | 03/04 | Порту |
| <input type="checkbox"/> | 02/03 | Милан |
| <input type="checkbox"/> | 01/02 | Реал |
| <input checked="" type="checkbox"/> | 00/01 | Бавария |
| <input type="checkbox"/> | 99/00 | Реал |
| <input type="checkbox"/> | 98/99 | Манчестер Юнайтед |
| <input type="checkbox"/> | 97/98 | Реал |
| <input type="checkbox"/> | 96/97 | Боруссия |
| <input type="checkbox"/> | 95/96 | Ювентус |
| <input type="checkbox"/> | 94/95 | Аякс |
| <input type="checkbox"/> | 93/94 | Милан |
| <input type="checkbox"/> | 92/93 | Марсель |

[Проголосовать](#)

«Реал Мадрид» – «Барселона», полуфинал, громкий во всех смыслах. Лионель Месси открывает счет. Фото: Fotobank/Getty Images/Alex Linares

ПОБЕДИТЕЛЬ

Проиграв полуфиналы миланскому «Интеру» в апреле 2010-го, Хосеп Гвардиола пообещал болельщикам на «Камп Ноу» финал Лиги чемпионов в новом сезоне. «Уэмбли» всегда был для каталонского клуба особенным стадионом – здесь удар Роналда Кунана принес «Барсе» первый Кубок Европейских чемпионов в истории. Большую часть турнира усилившаяся Давидом Вильей и Хавьером Маскерано «Барселона» прошла вопреки – очень простая группа и проигравшая до начала четвертьфиналов донецкий «Шахтер» не составили главному фавориту никаких проблем. Однако, чтобы «сине-гранатовые» выиграли в последнее время европейский трофей, ни разу не вмешавшись в историю с неоднозначными судейскими решениями – такого не бывало. «Арсенал» и мадридский «Реал» в плей-офф были пройдены с большим трудом, и эти матчи сопровождался скандалами. Ненавистники «Барселоны», количество которых растет пропорционально количеству ее поклонников, приписали Бузакку и Штарка к лику творцов каталонского успеха. При этом фантастический футбол, демонстрируемый каталонцами на протяжении турнира, а также безапелляционно выигранный финал, остался как будто бы на втором плане. В Лиге чемпионов победителей судят. Судят хорошо во время игры и осуждают после нее.

Турнир по кикеру Grants Stand Together

Задача

Собрать аудиторию и привлечь внимание к турниру по кикеру Grants Stand Together

Решение

Эксклюзивная бренд-платформа со всем контентом по турниру: фото, репортажи, посты в социальных сетях. В промо использовались все медийные возможности Tribuna.com.

Результаты

1 млн.+ охват анонсирования.
200 тыс - внутренний охват проекта.
Свыше тысячи участников на всех этапах турнира.



TRIBUNA.COM СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ KICKER@TRIBUNA.COM ПРАВИЛА ИГРЫ

ТУРНИР ПО НАСТОЛЬНОМУ ФУТБОЛУ GRANT'S STAND TOGETHER

КАЛЕНДАРЬ СОБЫТИЙ

| Город | Событие | Дата | Время |
|---------|------------------------------------|-------------|-------|
| Минск | Отборочный раунд Бар «4-4-2» | 3 августа | 19:00 |
| | Отборочный раунд Гриль-бар «Коров» | 17 августа | 19:00 |
| Гродно | Отборочный раунд Кафе «Веранда» | 31 августа | 19:00 |
| | Отборочный раунд Бар «Угол 90» | 14 сентября | 19:00 |
| Гомель | Отборочный раунд Red Pub | 28 сентября | 19:00 |
| | Отборочный раунд Бар «4-4-2» | 4 октября | 19:00 |
| Могилев | Отборочный раунд | 12 октября | |

ГЛАВНЫЕ ЦЕННОСТИ

«ДРУЖБА КАК ВИСКИ - ЧЕМ СТАРШЕ, ТЕМ ЛУЧШЕ»

ШОТЛАНДСКАЯ ПОСЛОВИЦА

ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬ команду у нас на сайте.

Ситуативный маркетинг с «Сябрамі»

Задача

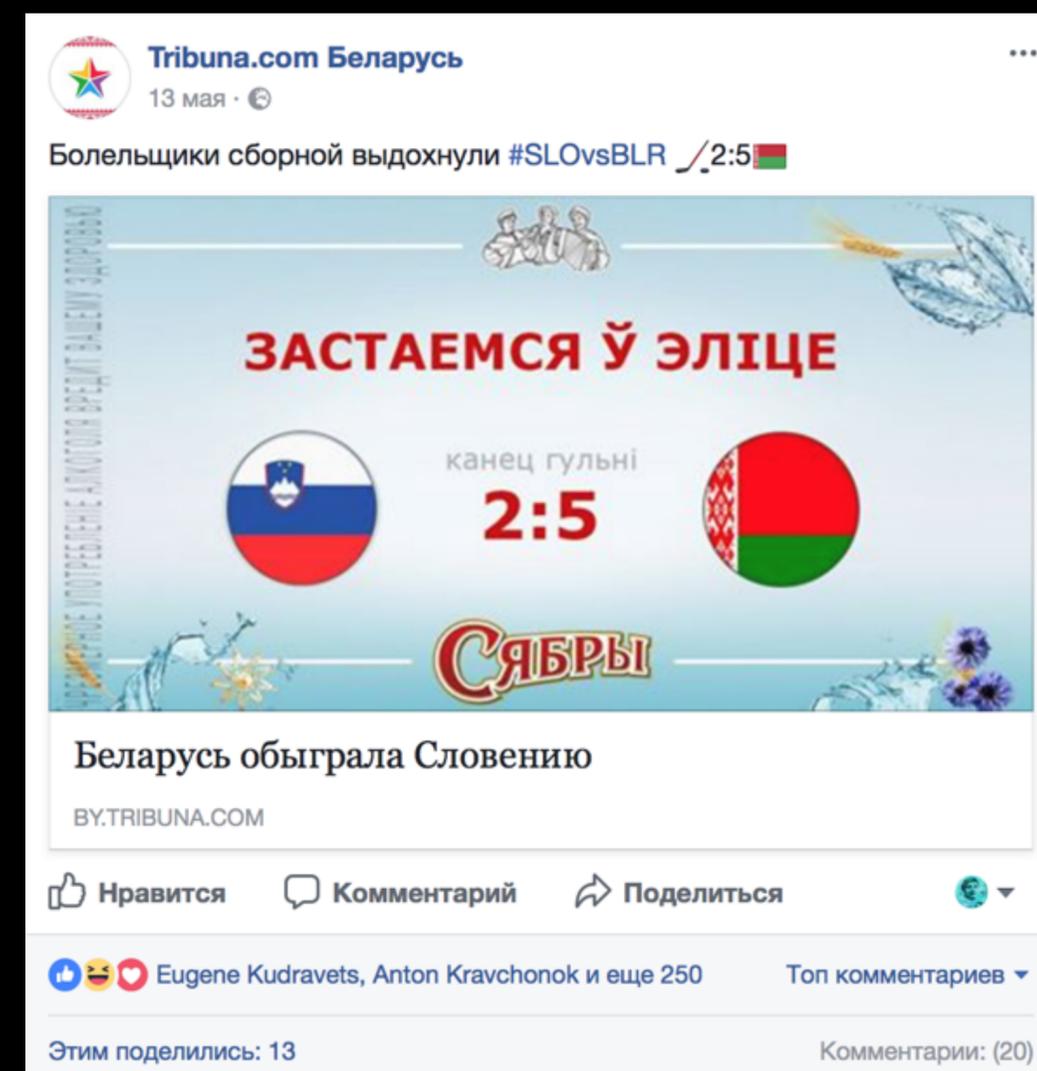
Привязать бренд «Сябры» к чемпионату мира по хоккею-2017 и сборной Беларуси

Решение

Сразу после матчей сборной Беларуси на сайте и официальных группах Tribuna.com размещались брендированные картинки в оригинальном дизайне.

Результаты

500 тыс. + уникальный охват в соц.сетях
Свыше 5 тыс лайков и 1,5 тыс репостов.



Карточка в Facebook

Контентный спецпроект с Exponenta

Задача

Продвижение бренда белковых коктейлей Exponenta на активную аудиторию

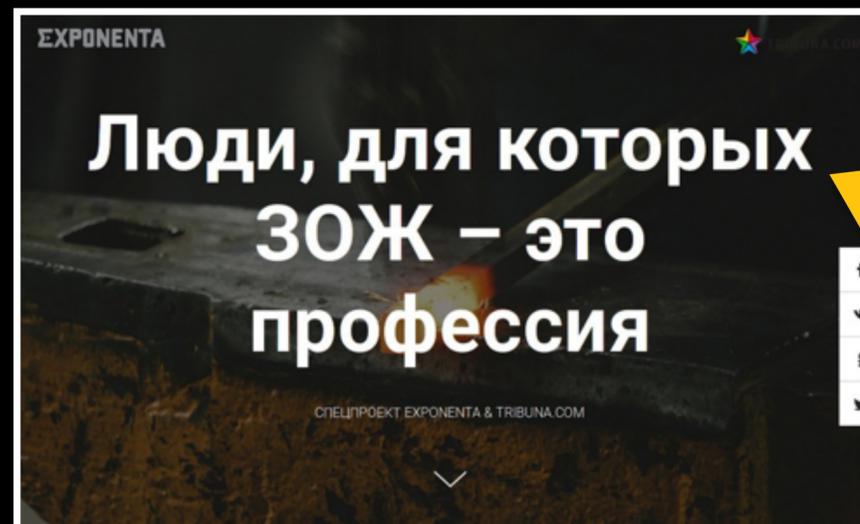
Решение

Спецпроект, в рамках которого люди рассказывали о своем активном образе жизни.

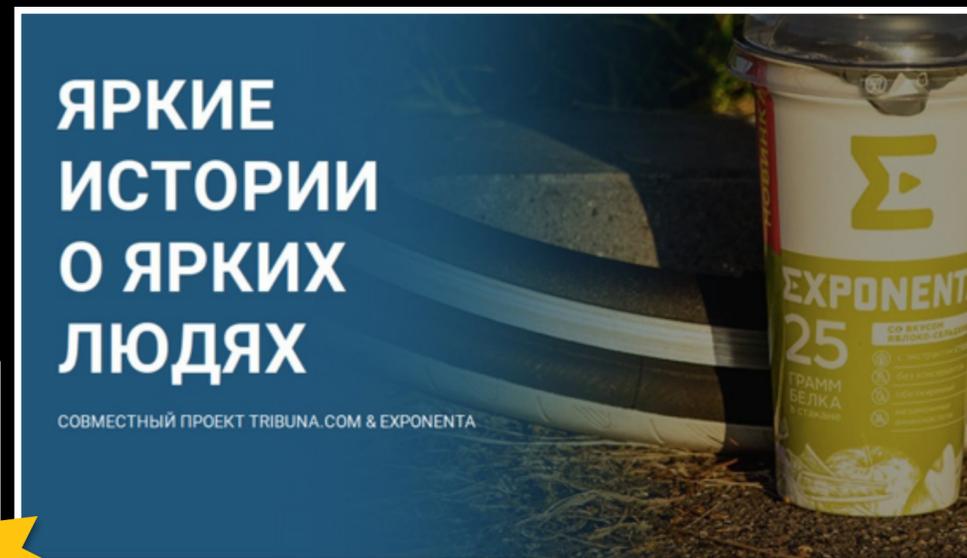
Результаты

Охват анонсирования: 1,5 млн

Внутренний охват: свыше 300 тысяч уникалов.

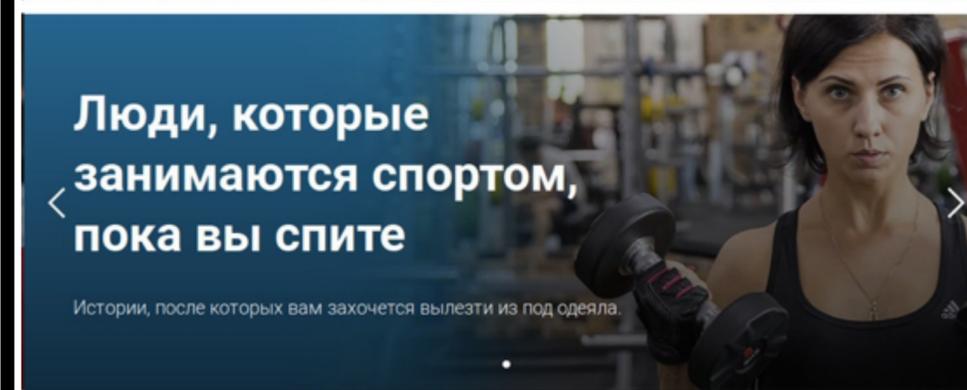
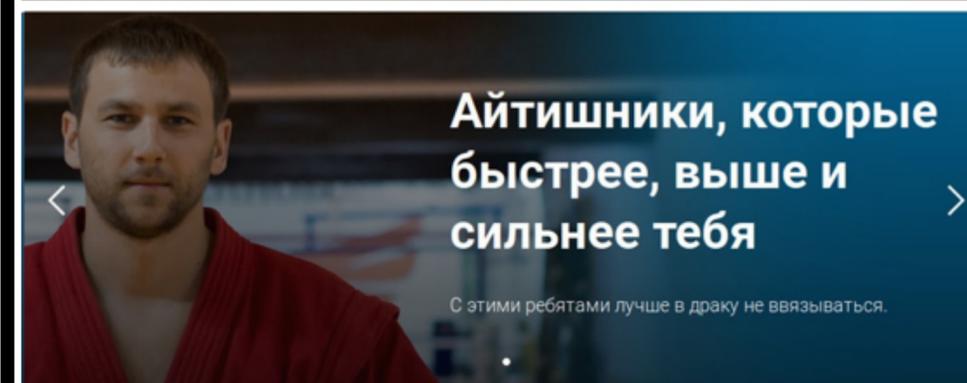
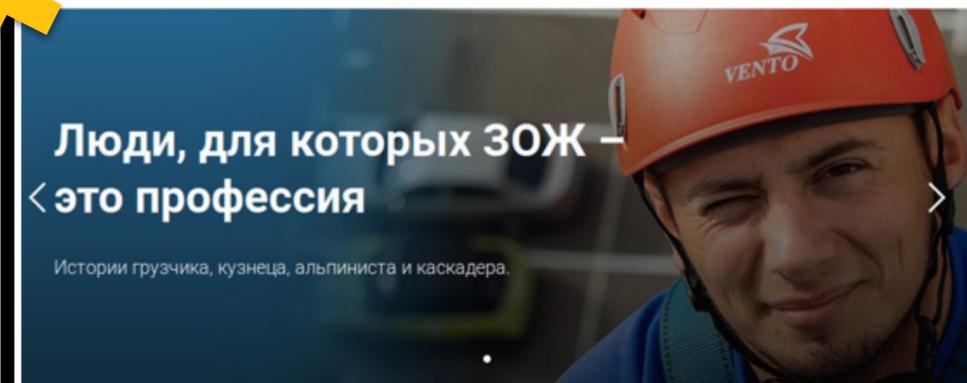


Все мое окружение удивляется, почему я связал свою жизнь с металлом. Это пошло из молодости: я интересовался военно-исторической реконструкцией. Примерно в 15 лет попал в рыцарский клуб. Там мы делали доспехи, бились на мечах. Раньше это был своего рода андеграунд. Я познакомился с мастеровыми людьми, которые грамотно подходили к вопросу вооружения и делали качественные копии доспехов эпохи XIV-XV века. Около восьми лет я занимался этим как любитель. Поменял за то время множество профессий: работал на стройках и заводах, искал себя. В итоге понял: нужно зарабатывать тем, что приносит удовольствие. Так я решил заниматься металлом профессионально. А это уже горячая ковка: промышленные масштабы, огонь и совсем другая обстановка.



ЯРКИЕ
ИСТОРИИ
О ЯРКИХ
ЛЮДЯХ

СОВМЕСТНЫЙ ПРОЕКТ TRIBUNA.COM & EXPONENTA



Нативный пост для «Про100-страхования»

Задача

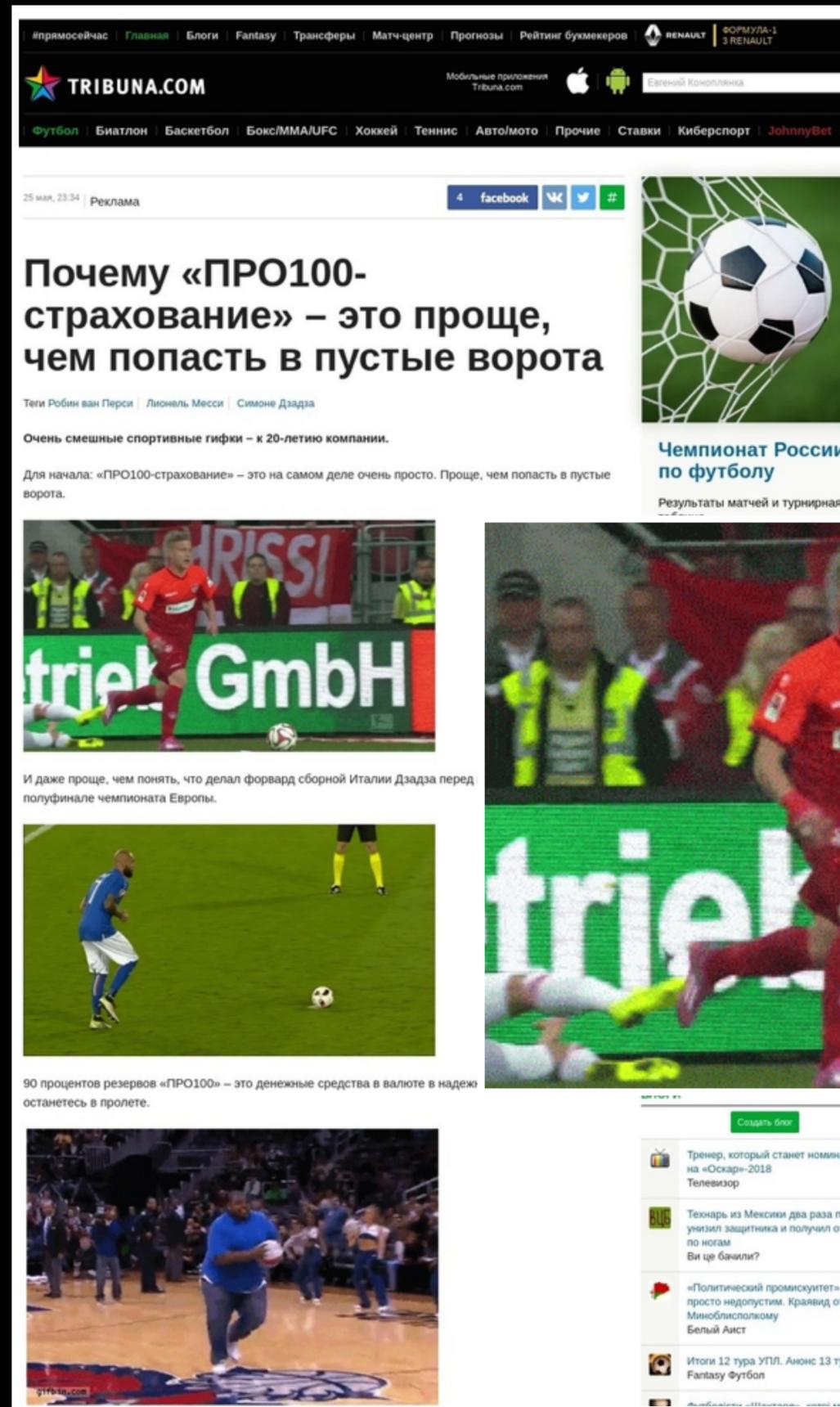
Поздравление компании с 20-летием.

Решение

Нативный пост, который рассказывает о компании в веселых спортивных гифках.

Результаты

Свыше 20 тысяч просмотров поста. Охват в социальных сетях свыше 150 тысяч. Около 500 переходов на сайт компании.



The screenshot shows a webpage from Tribuna.com with a navigation bar at the top containing links like '#прямоейчас', 'Главная', 'Блоги', 'Fantasy', 'Трансферы', 'Матч-центр', 'Прогнозы', 'Рейтинг букмекеров', 'RENAULT', and 'ФОРМУЛА-1'. Below the navigation bar, there are social media sharing buttons for Facebook, VK, and Twitter. The main article title is 'Почему «ПРО100-страхование» – это проще, чем попасть в пустые ворота'. The article text includes: 'Очень смешные спортивные гифки – к 20-летию компании. Для начала: «ПРО100-страхование» – это на самом деле очень просто. Проще, чем попасть в пустые ворота. И даже проще, чем понять, что делал форвард сборной Италии Дзацца перед полуфиналом чемпионата Европы. 90 процентов резервов «ПРО100» – это денежные средства в валюте в надежде останетесь в пролете.' To the right of the article is a sidebar with a soccer ball icon and the text 'Чемпионат России по футболу' and 'Результаты матчей и турнирная таблица'. Below the article are three GIFs: the first shows a soccer player in a red jersey (Dzadza) running on a field; the second shows a soccer player in a blue jersey (Dzadza) on a field; the third shows a man in a blue shirt juggling a soccer ball on a basketball court. At the bottom right, there is a 'Создать блог' button and a list of trending topics.

BY.SALES@TRIBUNA.COM