

MEDIA KIT

2023

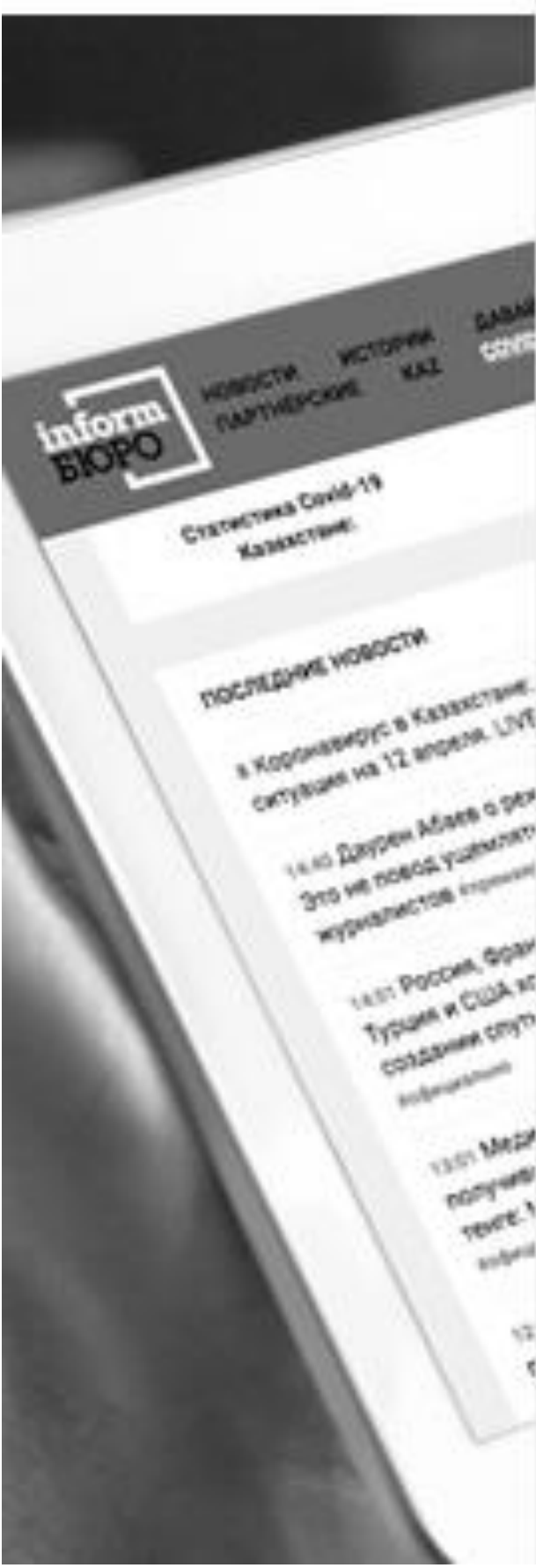
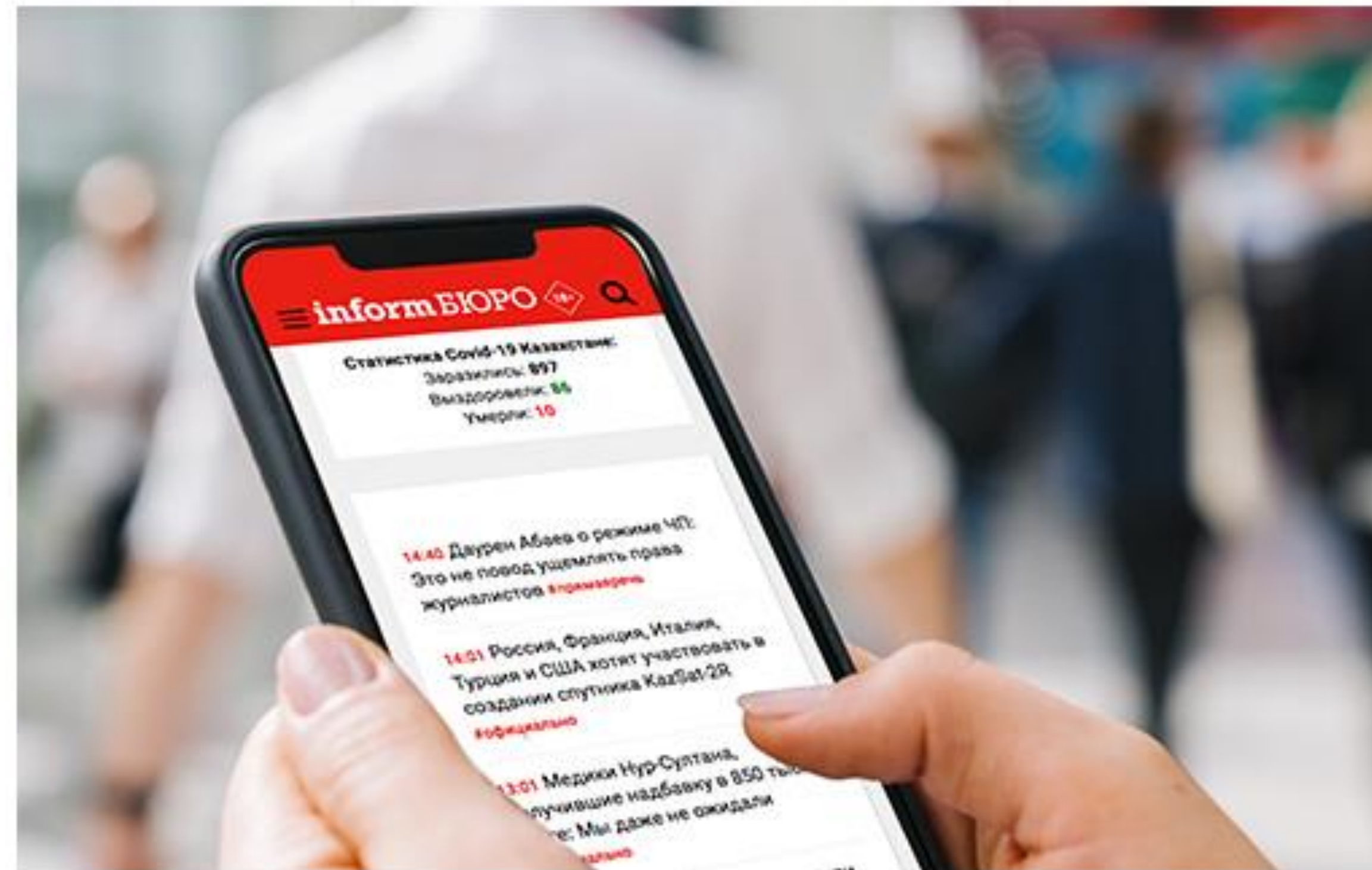


Кто мы

Мультимедийный информационно-аналитический портал, рассказывающий о самых значимых событиях в Казахстане и мире

Нас отличает:

- Объективность
- Уникальные форматы
- Высокая читаемость



Экосистема informburo.kz

3

млн читателей на сайте ежемесячно

341

тыс подписчиков в Instagram

221

тыс. подписчиков в TikTok

147

тыс подписчиков в Facebook, Telegram, Twitter, VK, OK (рус, каз)



Социальные видеопроекты на Youtube



Социальный проект «Онлайн-Юрист»
Бесплатные юридические консультации



Уникальные разделы
«Давайте разберемся»,
«Түсіндірме», «Пайдалы кеңес»

Факты

24

часа в сутки /
семь дней в неделю

#2

в Казахстане в категории
«Новости и СМИ»
по данным LiveInternet

#4

в рейтинге самых посещаемых сайтов
Казахстана
по данным LiveInternet

Наши достижения

- «Уркер-2018» – «Лучшее интернет-СМИ»
- «Народный любимец-2019» – «Лучшее информационное интернет-СМИ года»
- Премия имени Миры Мустафиной – «Лучшее СМИ 2021 года»

Журналисты редакции являются обладателями различных премий/наград:

- Халық алғысы (медаль «Народная благодарность»)
- Юбилейная медаль к 30-летию независимости Республики Казахстан
- Благодарственное письмо от Президента

Посещение и охват

Уникальные посетители

3 245 000 в месяц*

1 000 000 в неделю*

200 000 в день*

Просмотры страниц

11 150 000 в месяц*

2 700 000 в неделю*

360 000 в день*

*По данным Google Analytics, декабрь 2022

Вовлеченность

Глубина просмотров: **1,60** стр.

Время на сайте: **01:09** сек

Устройства

Mobile: **88,79 %**

Desktop: **9,94 %**

Структура аудитории

Род занятий

Руководители	24,6%
Специалисты	34,8%
Служащие	19,1%
Рабочие	6,3%
Учащиеся	9,1%
Другое	2,3%

Уровень дохода

Выше среднего	35%
Средний	59%
Другое	6%

Пол и возраст

18-24	12,4%
25-34	29,1%
35-44	24%
45-54	12,8%
55-64	15,5%
65+	6%
Женщины	67,2%
Мужчины	32,8%

Аудитория Казахстана 91%

По данным Kantar TNS Казахстан, I квартал 2020



С нами работают



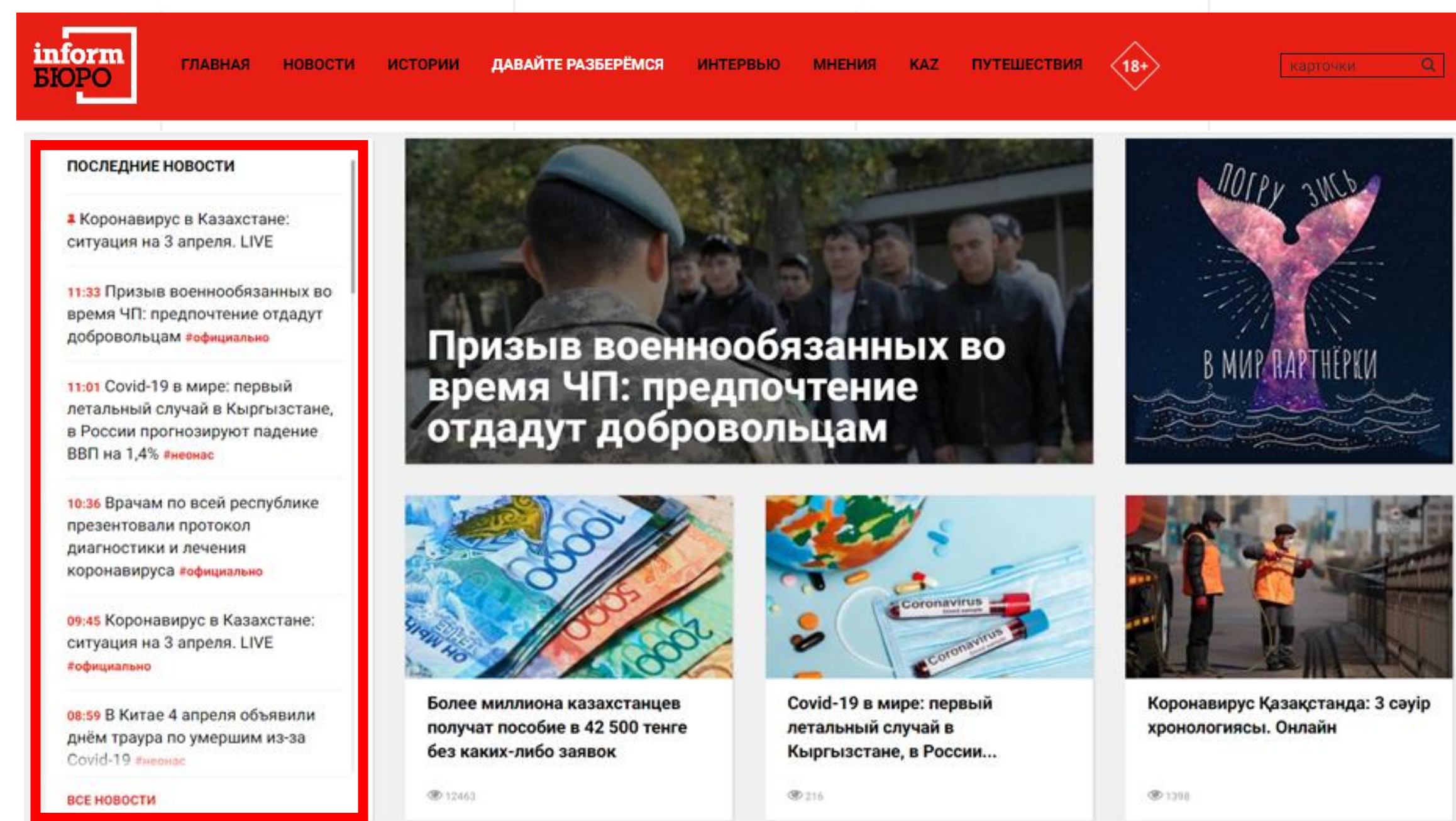
Форматы PR-материалов

Новость – это срочное и важное краткое сообщение.

Выбирайте новость, если нужно:

- опубликовать информацию очень быстро;
- охватить тех, кто читает новости.

Бриф присылает рекламодатель,
а коммерческая редакция Informburo готовит материал
в соответствии с форматом издания.



The screenshot shows the Informburo website's news section. At the top is a red navigation bar with the logo and menu items: ГЛАВНАЯ, НОВОСТИ, ИСТОРИИ, ДАВАЙТЕ РАЗБЕРЁМСЯ, ИНТЕРВЬЮ, МНЕНИЯ, KAZ, ПУТЕШЕСТВИЯ, and an 18+ rating icon. A search bar is on the right. Below the navigation is a 'ПОСЛЕДНИЕ НОВОСТИ' (Latest News) sidebar with a red border, containing five news items with timestamps and headlines. The main content area features a large article titled 'Призыв военнообязанных во время ЧП: предпочтение отдадут добровольцам' with a photo of a soldier. To its right is a graphic with the text 'ПОГРУЗИТЬСЯ В МИР ПАРТНЕРКИ'. Below these are three smaller news cards: 'Более миллиона казахстанцев получают пособие в 42 500 тенге без каких-либо заявок', 'Covid-19 в мире: первый летальный случай в Кыргызстане, в России...', and 'Коронавирус Қазақстанда: 3 сәуір хронологиясы. Онлайн'.

Стоимость – 850 000 тенге

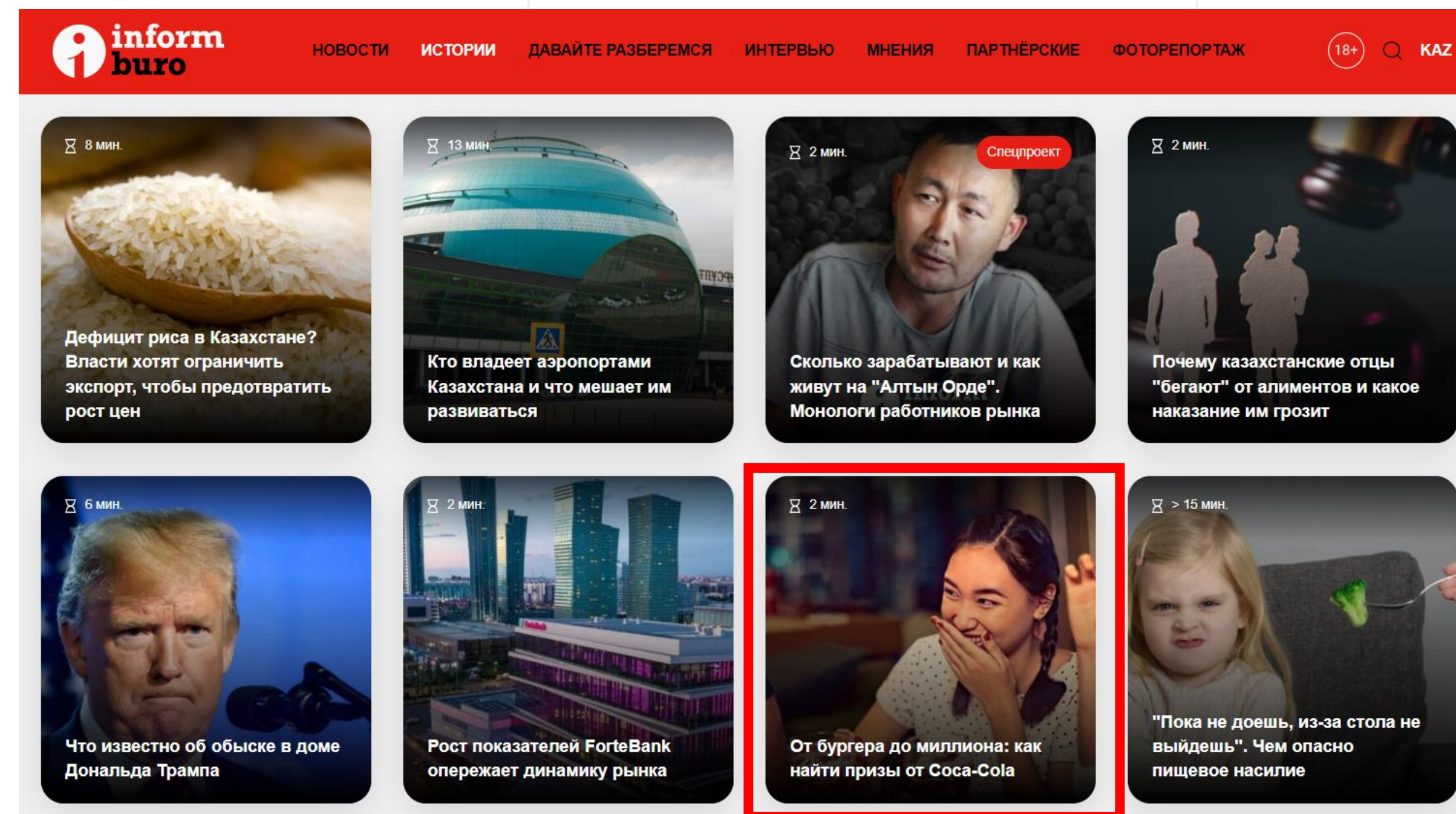
Раздел «Истории»

К этой категории относятся репортажи, фоторепортажи, обзоры, подборки, аналитические статьи, заметки и анонсы.

Выбирайте «Истории», если нужно:

- вместить в текст большой объём информации/комментариев;
- комплексно и полно описать продукт/услугу;
- дать бэкграунд по ситуации;
- обильно иллюстрировать текст.

Истории размещаются в разделе «Истории» с пометкой «Партнёрский материал». Контент для них готовит коммерческая редакция Informburo.



Стоимость – 700 000 тенге / лонгрид – от 900 000 тенге

пресс-тур – 800 000 тенге (трансфер, перелёт, прочие расходы оплачиваются партнёром дополнительно)

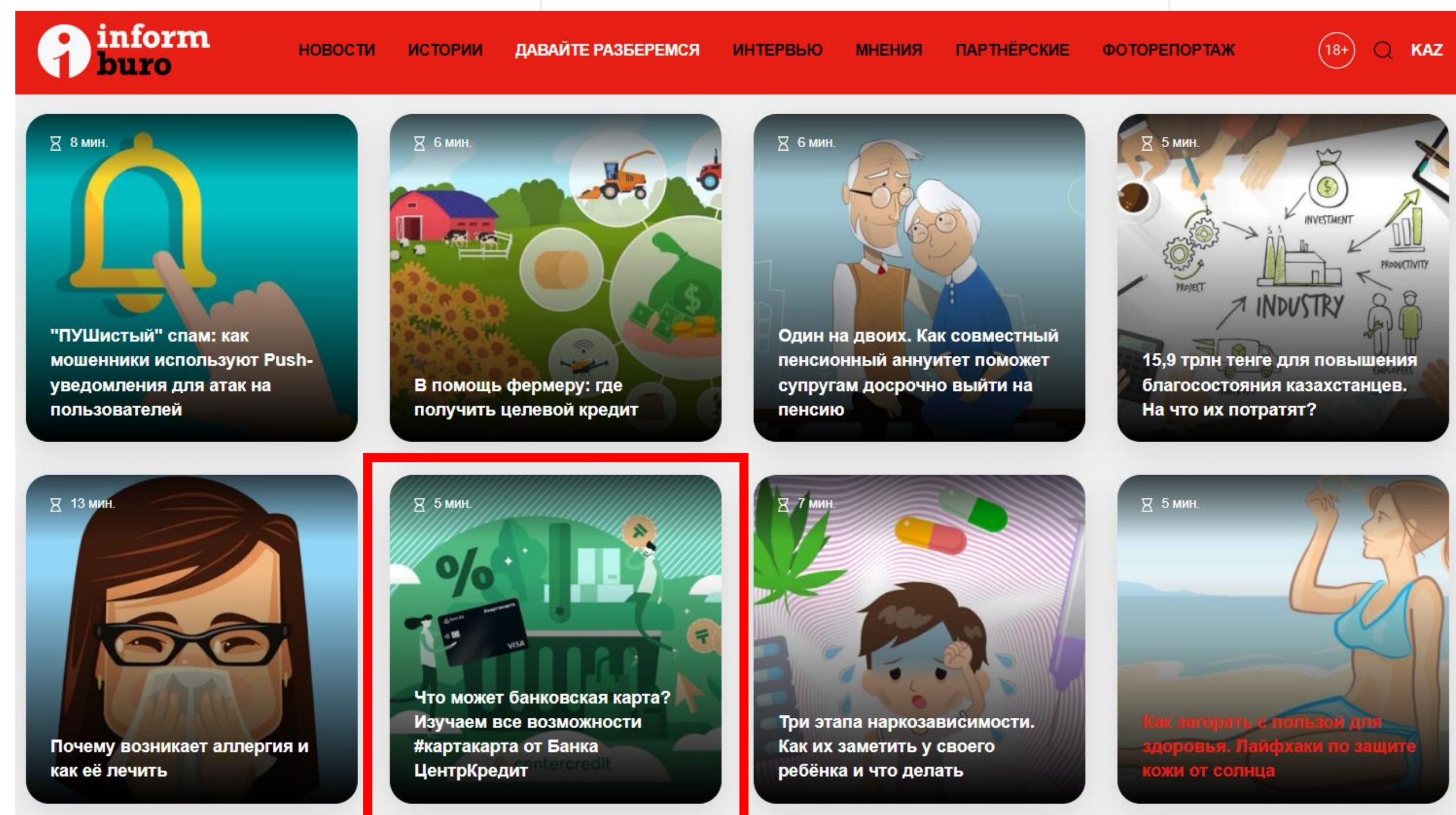
Раздел «Давайте разберёмся»

Карточки – это простой пошаговый алгоритм для читателя о том, как пользоваться вашим товаром или услугой.

Это лучший способ рассказать:

- о сложном/новом продукте или сервисе;
- запутанной ситуации или комплексном феномене.

Карточки оформляются авторскими иллюстрациями и публикуются в разделе «Давайте разберёмся» с пометкой «Партнёрский материал». Текст карточки готовит коммерческая редакция Informburo. Закрепление на главной на 1 день - +10%.



Стоимость – **700 000 тенге**

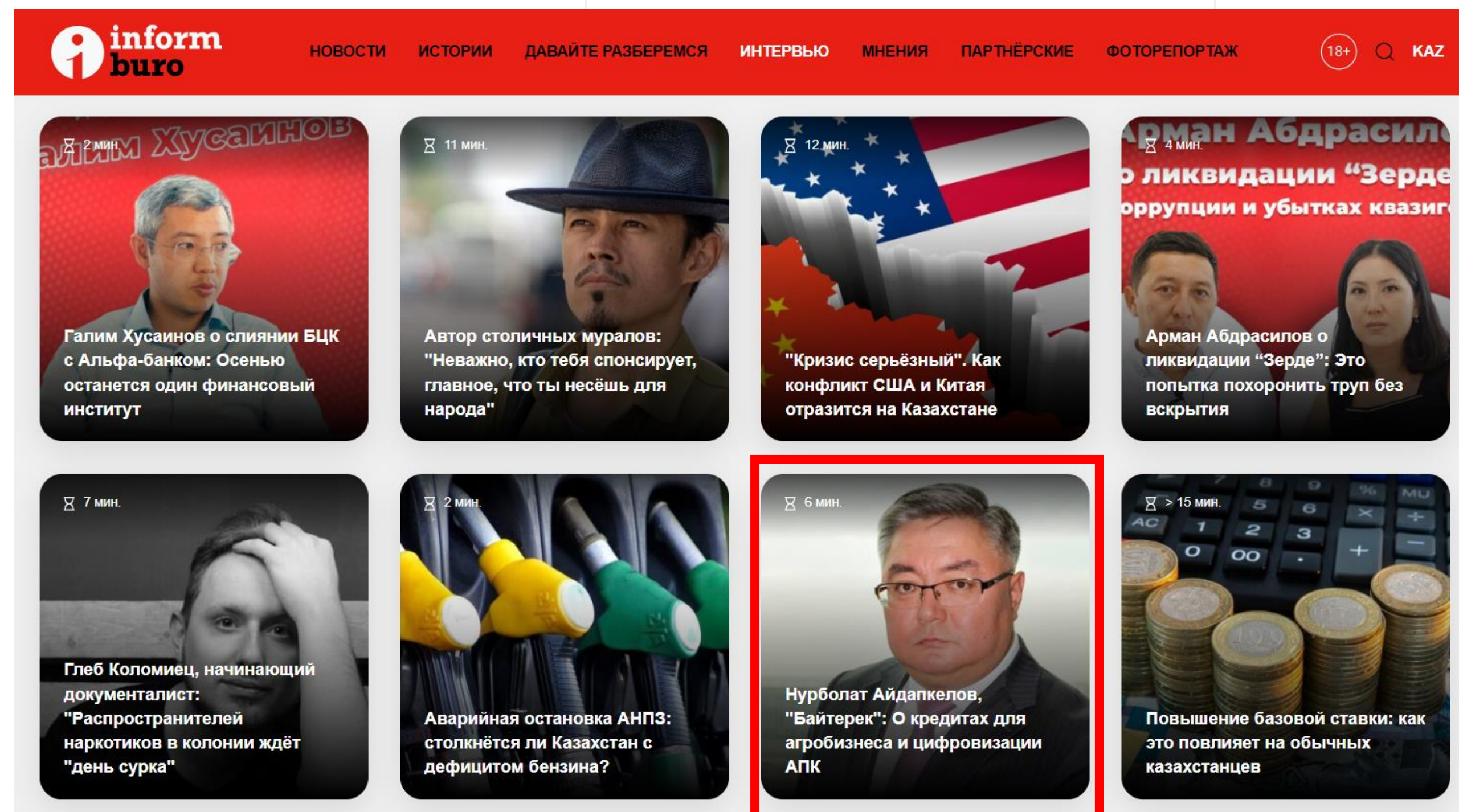
Раздел «Интервью»

Интервью – интересный и удобный для восприятия формат.

«Интервью» отлично подходит для:

- знакомства читателя с топ-менеджментом;
- комплексного описания своей стратегии, итогов работы;
- анонсирования сразу нескольких новостей;
- объяснения любой ситуации, в том числе конфликтной.

Интервью готовится коммерческой редакцией Informburo и размещается в разделе «Интервью» с пометкой «Партнёрский материал».



Стоимость – от 750 000 тенге

Готовый PR-материал

Истории / Давайте разберёмся

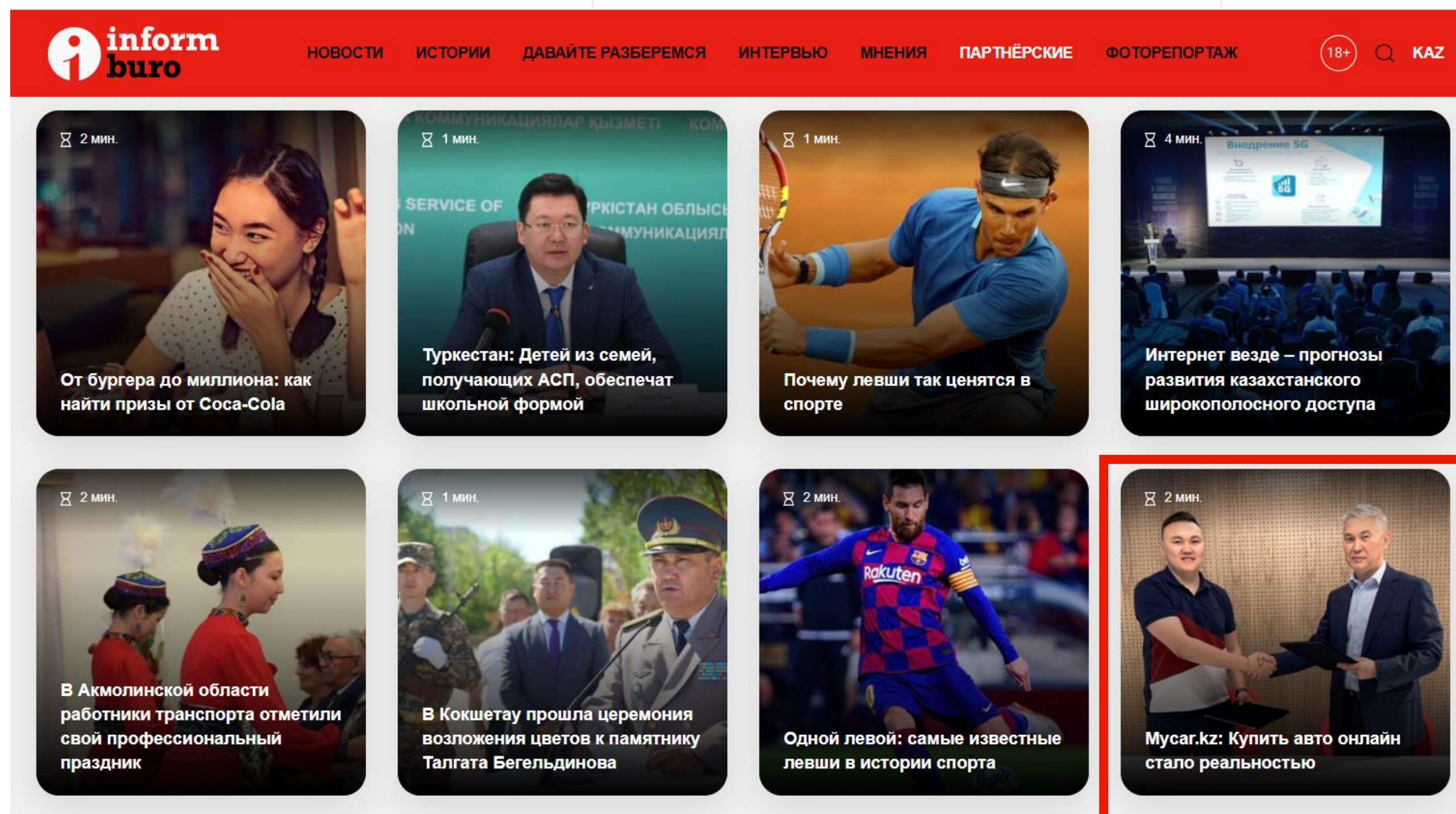
Дублируются в раздел «Партнёрские»)

Мы публикуем статью, которую готовит рекламодатель, с минимальными правками.

Это уникальная возможность:

- осветить событие/продукт, именно так, как вы это видите;
- сделать это максимально быстро.

Готовые PR-материалы публикуются в разделе «Истории» с пометкой «На правах рекламы».



Стоимость – от 500 000 тенге

Если материал более 2 500 знаков (включая пробелы), действует наценка 60 тенге за знак.

Медийные форматы



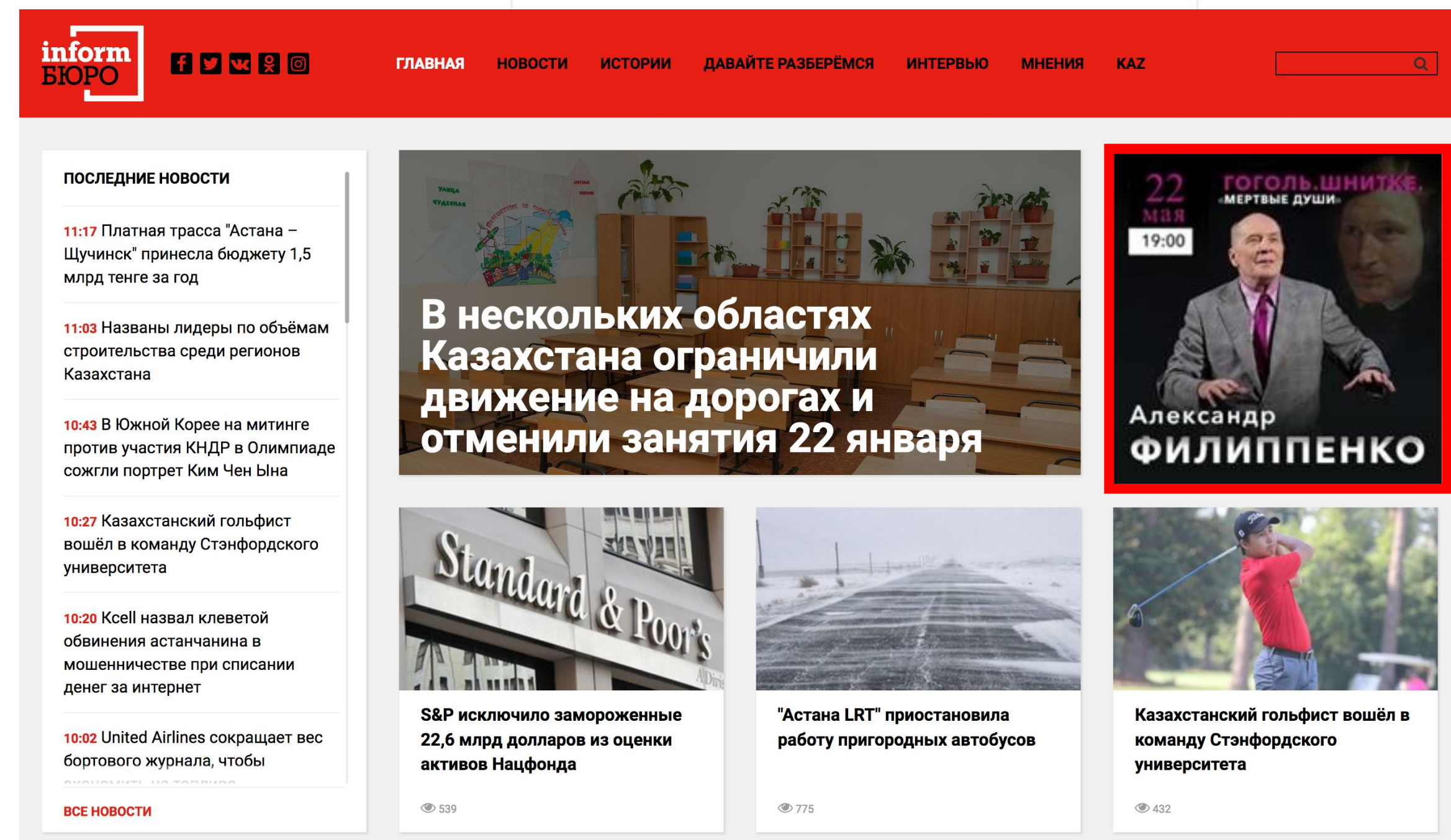
Стандартные форматы/ 300x300

Размещается на главной странице сайта.

Дублируется на внутренних страницах.

Баннер в 4 ряду доступен как в десктоп-версии,
так и на мобильных устройствах.

Стоимость (СРМ) – **от 1 650 тенге** (первый ряд),
1 100 тенге (четвёртый ряд).

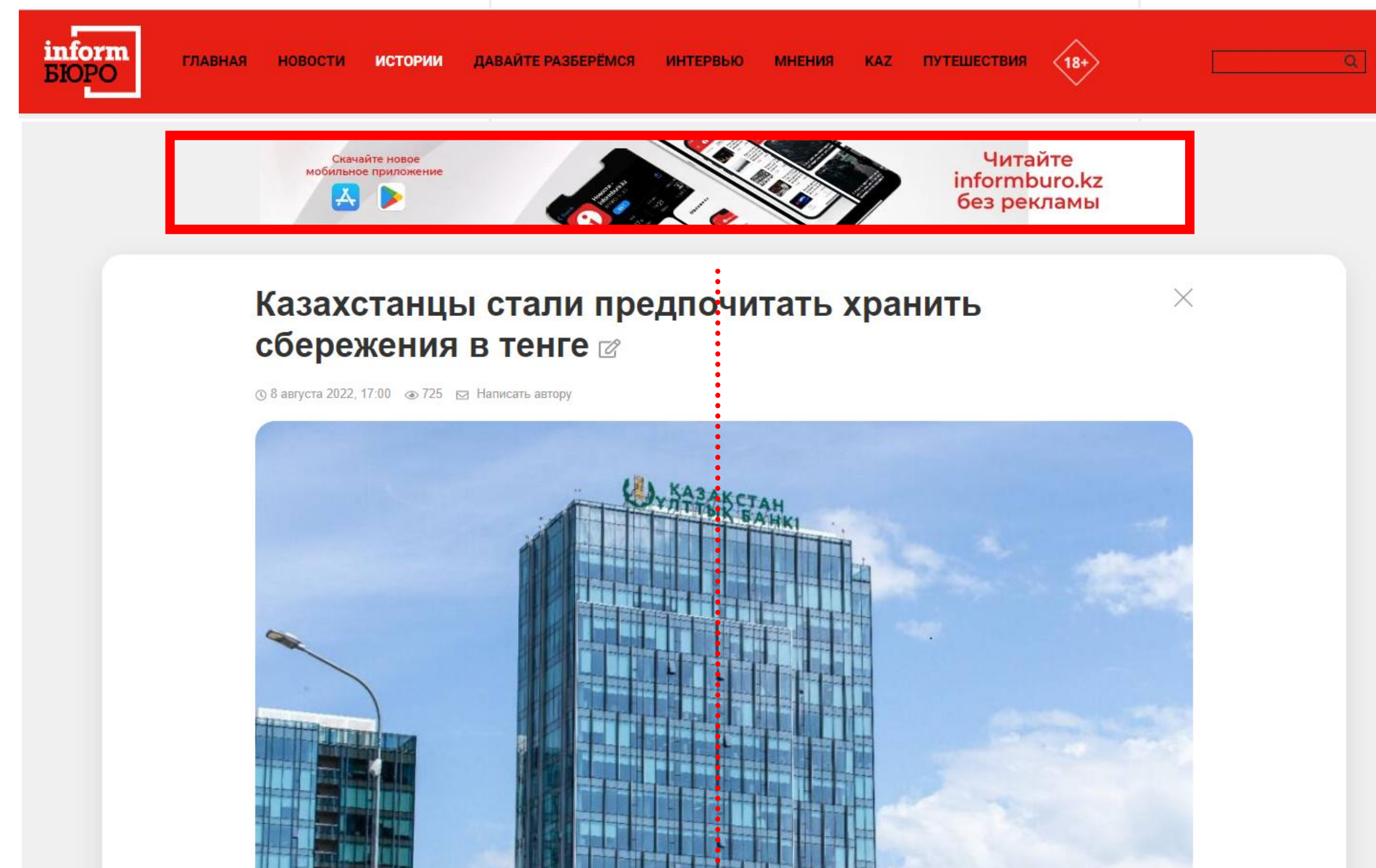


Стандартные форматы 970x90

Размещается под шапкой сайта на внутренних страницах на десктоп.

Нижний баннер формата 970x90 размещается в подвале, сквозной на всех страницах в десктоп версии.

Стоимость (СРМ) - **1 500 тенге (верхний),
800 тенге (нижний).**



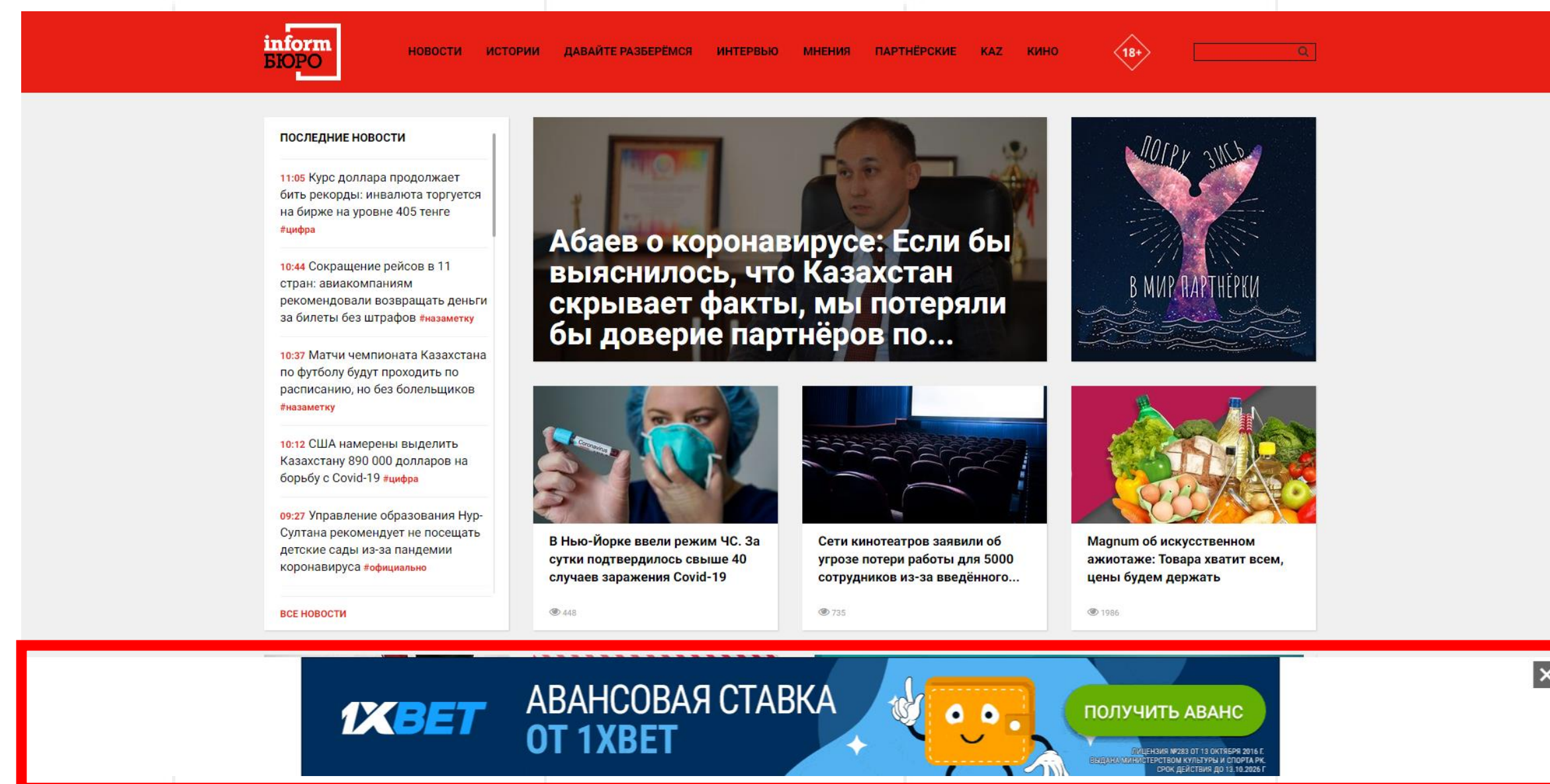
Стандартные форматы Catfish

Размещается на главной странице сайта.

Дублируется на внутренних страницах.

Баннер доступен в десктоп-версии.

Стоимость (CPM) – от 1 650 тенге



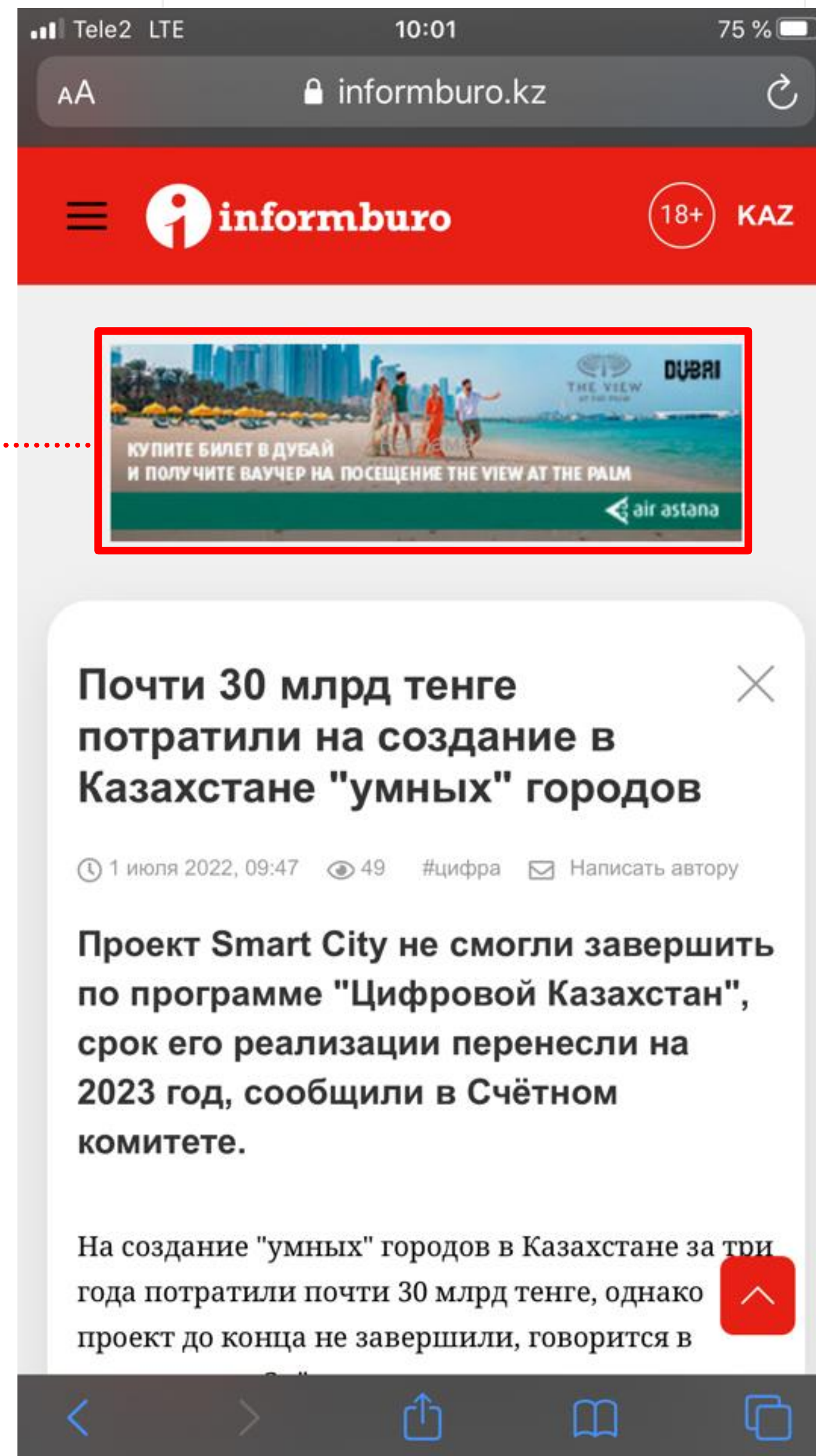


Мобильные форматы

320x100

Размещается на мобильной версии сайта.

Стоимость (СРМ) – 1 650 тенге

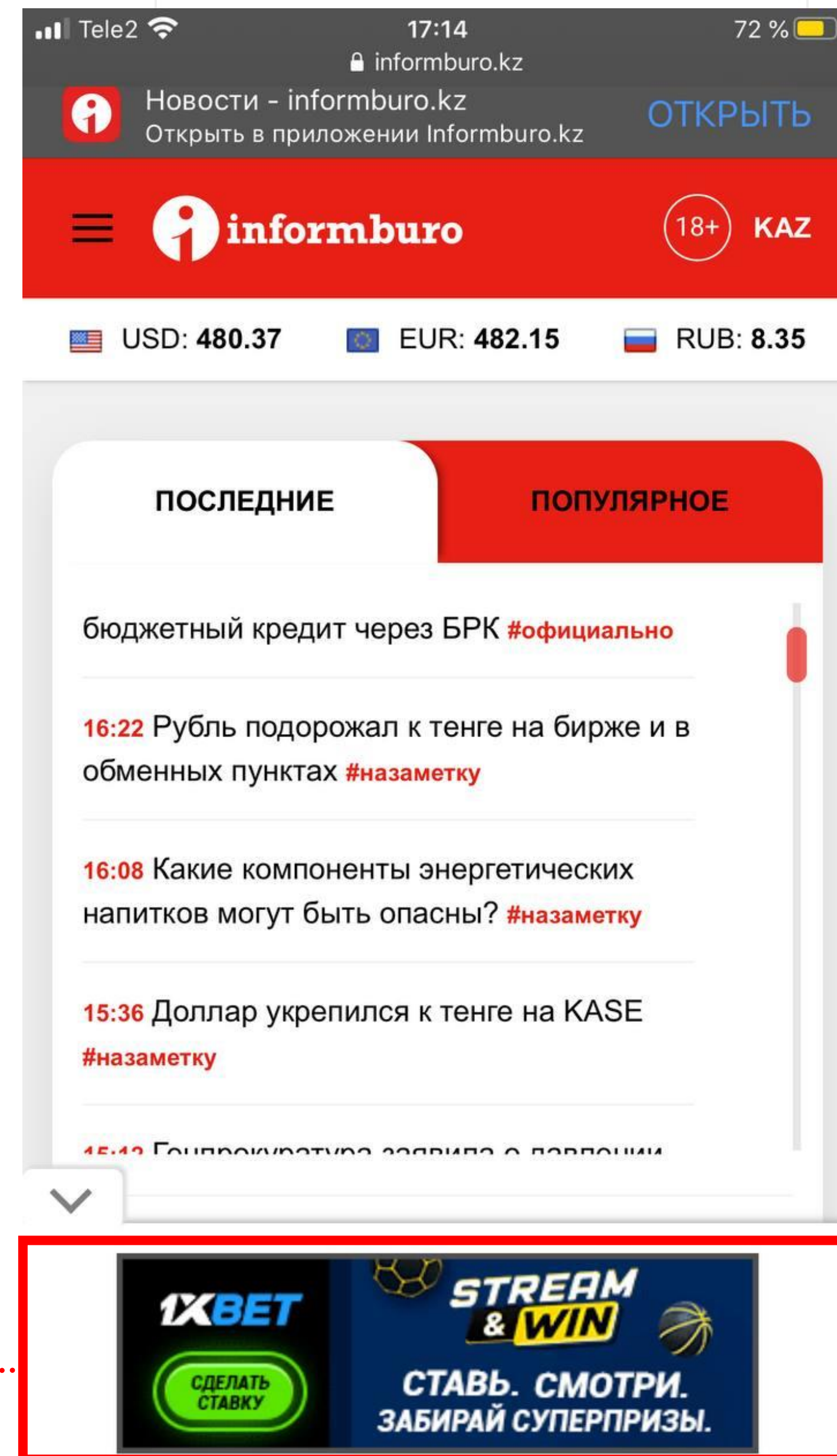




Мобильные форматы Catfish 320x100

Размещается на мобильной версии сайта.

Стоимость (CPM) – 1 650 тенге



Размещение в социальных сетях

Площадка	Кол-во подписчиков*	Стоимость, тенге с НДС	Примечание
Instagram	341 000	150 000 (пост)	Текст и картинка предоставляются рекламодателем. Если публикацию готовит редакция, применяется наценка + 20 000 тг к стоимости
Instagram	Закрепление поста	30% к стоимости	Закрепляется на 24 часа с момента публикации
Instagram		50 000 (сториз)	
Facebook	63 970	50 000	
TikTok	221 400	80 000 (интеграция в выпуск)	Упоминание инфоповода партнера в выпуске "Главных новостей"
TikTok		200 000 (рекламный ролик)	Реклама в нативном формате, хронометраж - до 1 мин
TikTok	Закрепление ролика	30% к стоимости	Закрепляется на 24 часа с момента публикации
Telegram	23 151	130 000	Текст предоставляется рекламодателем. Если текст пишет редакция, применяется наценка +10 000 тг к стоимости
Telegram	Закрепление поста	50% к стоимости	Закрепляется на 24 часа с момента публикации
Twitter	19 776	20 000	
Вконтакте	9 543	20 000	
Одноклассники	24 364	20 000	

*Количество подписчиков на 14.02.2023.

Кейсы



Ночной кашель не даёт спать.
Как остановить приступ?

👁 2416640

Ночной кашель не даёт спать. Как остановить приступ?

Что делать, если ребёнок кашляет и не может уснуть?

Чтобы быстро остановить приступ ночного кашля и помочь ребёнку, можно:

- Подложить под спину высокую подушку, перевернуть ребёнка со спины на бок, чтобы предотвратить сильный отток слизи, проглоченной и накопленной в течение дня.

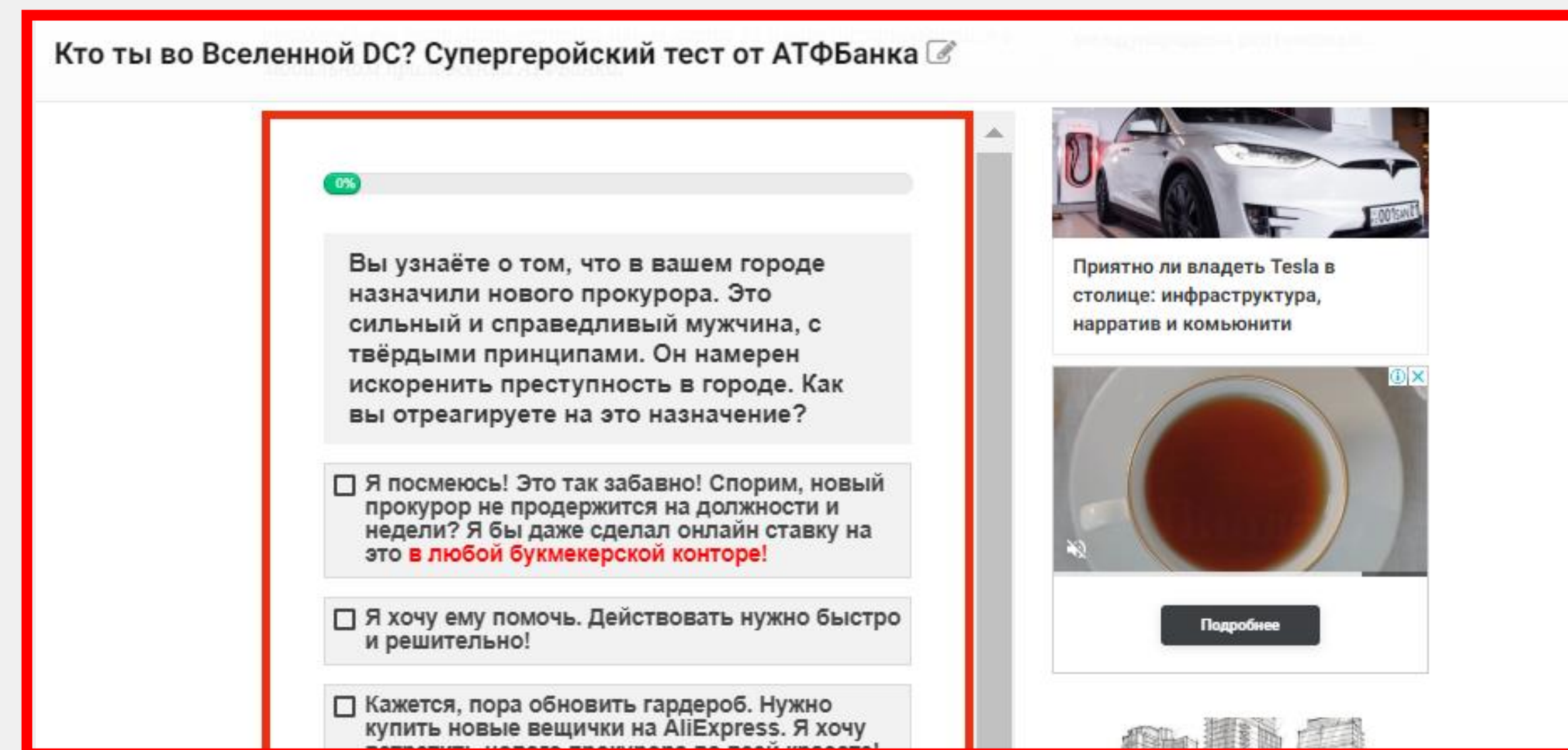
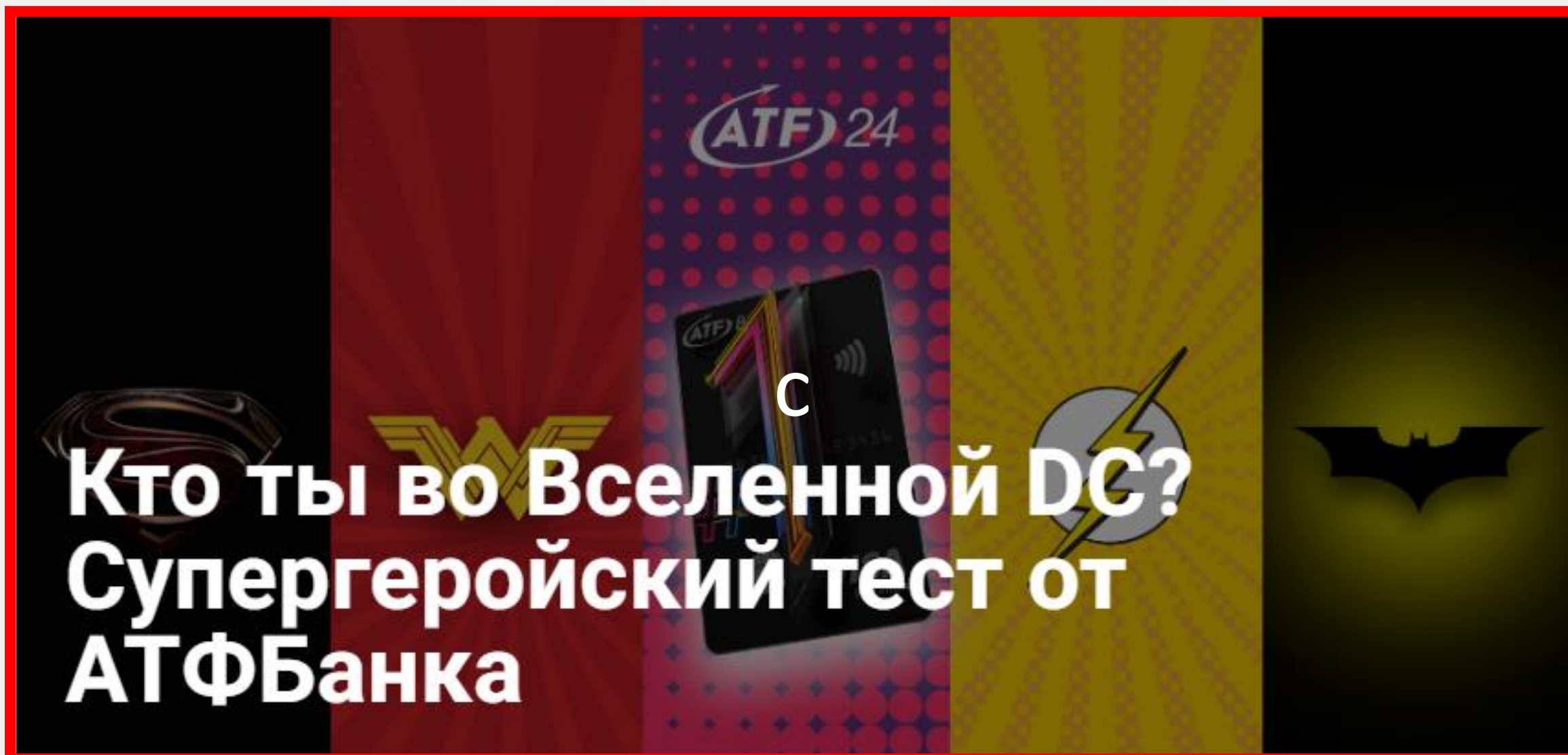
Статья: Ночной кашель не даёт спать. Как остановить приступ?

Яркий пример успешной рекламы продукта, который необходим целевой аудитории. Описание продукта сочетается с полезными советами, что повышает ценность информации. Подача в формате «Историй» возможна и в разделе «Давайте разберёмся».

Задача: Познакомить потребителей с действием муколитического препарата «Амбро», который производит компания SANTO.

Решение: Публикация текста с зимний период, когда часты простудные заболевания, с информацией о том, опасен ли ночной кашель, в том числе детский, и как с ним справиться. В качестве решения предлагается «Амбро», описаны его преимущества.

Результат: Рекордное количество просмотров, повышение узнаваемости препарата и бренда компании.



Тест: Кто ты во Вселенной DC? Супергеройский тест от АТФБанка

Интерактивность и игровой формат теста повышают вовлечённость аудитории. Прямые переходы на продукт знакомят с ним читателей и повышают продажи. Широкие возможности для нативной рекламы.

Задача: Продвижение нового онлайн-банкинга АТФБанка – АТФ24.

Решение: На волне популярности супергероев Вселенной DC после выхода ряда кинофильмов читателю предложено ответить онлайн, как бы он действовал в тех или иных ситуациях. При этом в вопросы теста и в результаты вшиты прямые ссылки на АТФ24.

Результат: Читатели ознакомлены с новым продуктом банка и со всеми функциями в игровой интерактивной форме.



Экс-директор Green Bus Company о причинах банкротства: Низкий тариф за проезд и отсутствие...

10049

Экс-директор Green Bus Company о причинах банкротства: Низкий тариф за проезд и отсутствие субсидий

– Вы выполнили условия договора? Что было сделано в первый год?

– Мы сделали даже больше. За 2016-й – первый год доверительного управления – наша компания за счёт собственных средств инвестировала 1,5 млрд тенге, на которые:

- полностью погасили кредиторскую задолженность "Алматыэлектротранс" перед поставщиками на 1 миллиард с лишним

Интервью: Экс-директор Green Bus Company о причинах банкротства: Низкий тариф за проезд и отсутствие субсидий

Глава компании получил площадку, где в развёрнутой форме даёт свой взгляд на ситуацию. Формат интервью помогает рекламодателю осветить сразу несколько инфоповодов.

Задача: Показать, что руководство Green Bus Company невиновно в её банкротстве. Дать взгляд компании на сложившиеся обстоятельства и вклад менеджмента в меры по её спасению.

Решение: В интервью экс-директор компании рассказал, в каком состоянии была приобретена компания, сколько средств было вложено в её развитие, как инвестпрограмма была сорвана введением «Онай» и почему компания оказалась должником.

Результат: Изменение информационного фона вокруг менеджмента компании с негативного на позитивный или нейтральный.



© 24 октября 2019, 17:38

Первые 40 тракторов "Кировец" сошли с конвейера Костанайского тракторного завода. Шесть из них уже нашли покупателей.

23 октября торжественно открыли завод по производству энергонасыщенного трактора "Кировец" на базе Костанайского тракторного завода. В этот же день прошла церемония подписания соглашения о вложении Петербургского тракторного завода (ПТЗ) в уставной капитал Костанайского тракторного завода (КТЗ).

В присутствии премьер-министра РК Аскара Мамина соглашение подписали Андрей Лаврентьев – председатель наблюдательного совета Костанайского тракторного завода и Сергей Серебряков – директор АО "Петербургский тракторный завод".

НАСТАЛО ВРЕМЯ КИРОВЕЦ В КАЗАХСТАНЕ

Премьер-министр РК Аскар Мамин лично испытал первый произведенный в Казахстане трактор "Кировец". Он напомнил, что задача государства – создать производство сельскохозяйственной техники для её дальнейшего экспорта, улучшить процессы

Костанайский тракторный завод выпустил первую партию "Кировцев"

"Безусловно, у этого трактора большой потенциал. Он практически не имеет конкурентов и является лидером по продажам в своём сегменте на протяжении последних четырёх лет", – прокомментировала член наблюдательного совета Костанайского тракторного завода Динара Шукижанова.

Новость: Костанайский тракторный завод выпустил первую партию "Кировцев"

Пример хорошего охвата аудитории, которая читает ленту новостей. Оперативное освещение события помогает собрать наибольшую читаемость за счёт эксклюзивности информации.

Задача: Оперативно разместить информацию о торжественном запуске нового производства тракторов КТЗ для продвижения их на рынке.

Решение: В новости описаны конкурентные преимущества выпускаемого трактора и дана информация, что сразу же после спуска с конвейера тракторы нашли своих покупателей. Показана важность производства для региона и страны.

Результат: Аграрии своевременно информированы о выпуске продукции компании. Хороший месседж о компании для правительства страны.

Ваше здоровье / SANTO

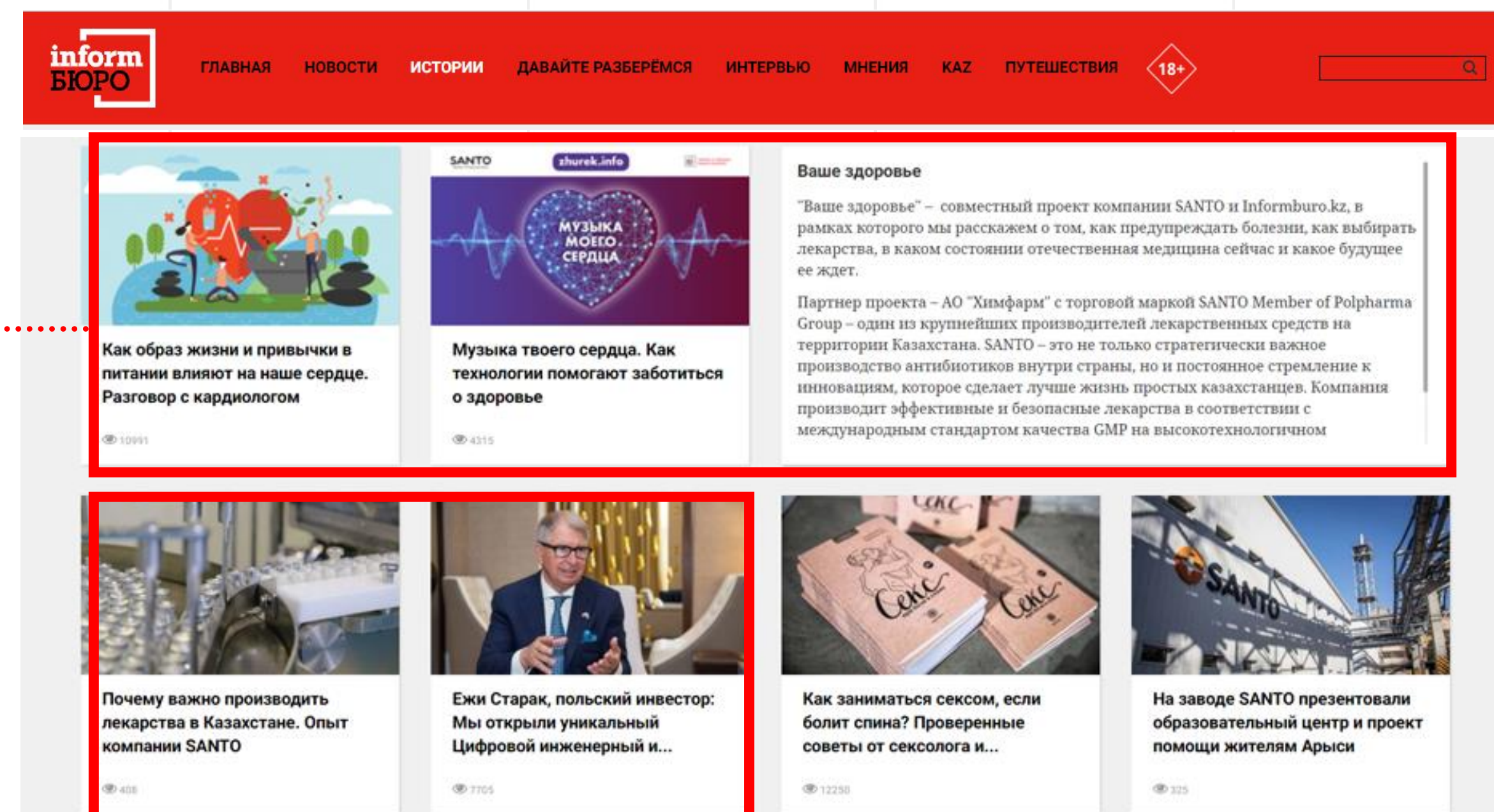
Кол-во просмотров: 1 785 000+

Совместный проект компании SANTO и Informburo.kz, в рамках которого мы рассказываем, как предупреждать болезни и как выбирать лекарства.

Задача: Собрать воедино и показать различные активности компании читателям.

Решение: Сюжет, где собраны материалы о лечении болезней и вкладе компании в казахстанское производство лекарств.

Результат: Большая читаемость за счёт переходов на другие материалы сюжета.





Наши контакты

Казахстан, 050060, Алматы
ул. Тажибаевой, 155

+7 (727) 355-03-11
sales@informburo.kz