

Branżowy dwumiesięcznik Gazeta OPTYKA ISSN 2081-1268



Magdalena Lis
Redaktor naczelna



Tomasz Kaczyński
Sekretarz redakcji
TomekK@gazeta-optyka.pl
kom. +48 600 688 437



Monika Gawinowicz
Manager ds. organizacji i reklamy
Monika@gazeta-optyka.pl
kom. +48 601 973 300

Niezależny Polski Wydawca:

MAGMONI Sp. z o.o.

NIP:1133050523, KRS: 0000951266

Adres redakcji :

ul. Walecznych 36 lok. 1

03-916 Warszawa

listy@gazeta-optyka.pl

www.gazeta-optyka.pl

Współpracownicy

Dr n. med. Anna Maria Ambroziak

Mgr inż. Justyna Chylewska

Szymon Grygierczyk

Mgr Tomasz Krawczyk

Prof. dr hab. Ryszard Naskręcki

Mgr Dominika Olkowska

Polskie Stowarzyszenie Soczewek Kontaktowych

Polskie Towarzystwo Optometrii i Optyki

Polskie Towarzystwo Ortoptyczne im. Prof. Krystyny Krzystkovej



facebook.com/gazeta.optyka

facebook.com/magiaokularow

facebook.com/groups/ogloszenia.gazetaOPTYKA

ISSN: 2081-1268

Cykl wydawniczy: dwumiesięcznik

Liczba numerów w roku: 6

Nakład: 5.400 egzemplarzy

Zasięg: ogólnopolski



Dystrybucja: bezpłatna prenumerata dla specjalistów

Format: 230 x 300 mm

Kolorystyka: CMYK

Druk: offsetowy CTP o rozdzielczości 2400 ppi

Papier: środek – kreda 115g / okładki - kreda 250g

E-wydanie: każdy numer także w wersji elektronicznej
e-wydania: gazeta-optyka.pl/wydania



Według raportów OPTYKBUS firmy badawczej BCM, **gazeta OPTYKA jest najpoczytniejszym czasopismem** w branży optycznej o **największym 88% zasięgu** wśród wszystkich pozostałych czasopism branżowych.



Ponad **6,3 tys.** osób obserwujących profil (co jest **największym wynikiem** w branży) facebook.com/gazeta.optyka

Ogłoszenia branżowe – grupa na FB ma ponad **4,9 tys.** członków facebook.com/groups/ogloszenia.gazetaOPTYKA

TEMATYKA

- ✓ moda okularowa (trendy we wzornictwie okularowym, technologie i materiały)
- ✓ najnowsze produkty optyczne (soczewki okularowe, uszlachetnienia, soczewki kontaktowe, urządzenia)
- ✓ wady wzroku i sposoby korekcji
- ✓ zmiany w branży (edukacja, prawo, ustawodawstwo)
- ✓ sztuka sprzedaży
- ✓ marketingowe sposoby na zwiększanie konkurencyjności
- ✓ zarządzanie salonem optycznym i praktyką
- ✓ aranżacja wnętrza i wyposażenie
- ✓ wydarzenia branżowe (targi, spotkania, konferencje, sympozja)
- ✓ publikacje naukowe z zakresu: optyki, optometrii, okulistyki, kontaktologii, ortoptyki, tyflogologii

GRUPA DOCELOWA

- Grupą docelową gazety OPTYKA są osoby zajmujące się ochroną wzroku, prowadzące lub pracujące w salonach optycznych oraz gabinetach na terenie Polski.
- Dzięki krótkiej ankiecie zamieszczonej na formularzu zamówienia prenumeraty dowiadujemy się, kim jest nasz czytelnik, jak ocenia gazetę OPTYKA oraz jaką tematyką czy problematyką jest zainteresowany.

OPINIA CZYTELNIKÓW*

- około **98%** wskazuje, że gazeta OPTYKA jest dla nich **głównym źródłem informacji**
- około **96%** uważa, że jest pismem **przydatnym w praktyce, pomagającym w pracy i nauce**
- około **92%** twierdzi, że **piszą w nim autorytety naukowe, z których zdaniem się liczą**
- około **95%** prenumeratorów zaznacza, że **reklamy w gazecie OPTYKA są dla nich źródłem informacji**

*) Informacje zebrane na podstawie odpowiedzi na ankietę w formularzu zamówienia prenumeraty.

Gazeta **OPTYKA**: Liderem w Branży Optycznej

***Nasza Historia** to fascynująca podróż przez blisko trzy dekady rozwoju polskiej branży optycznej. Od skromnych początków jako niszowy magazyn, przekształciliśmy się w renomowaną i opiniotwórczą platformę dla specjalistów ochrony wzroku, kształtującą przyszłość.*

Kamienie Milowe

Początki: Świat Okularów (1998):

Nasza historia zaczęła się w maju 1998 roku, gdy na rynku pojawił się magazyn „Świat Okularów”. Pod redakcją Marka Jakubowicza (ówczesnego prezesa KRIO), czasopismo szybko stało się barometrem zmian w branży optycznej.

Ewolucja i Rozwój (1999–2010):

W odpowiedzi na rosnące oczekiwania czytelników, „Świat Okularów” przekształcił się w nowoczesne czasopismo branżowe. W 1999 roku wprowadziliśmy bezpłatną prenumeratę dla specjalistów, a w 2007 roku nawiązaliśmy współpracę z ośrodkami akademickimi, poszerzając tematykę o artykuły naukowe.



świat okularów



W 2011 roku uruchomiliśmy dział „Optyka-Nauka”, umożliwiającą publikację oryginalnych wyników badań. Jako pierwsi w Polsce wprowadziliśmy również wiele innowacyjnych rozwiązań, takich jak np. „Katalog Polska OPTYKA” oraz „Przegląd grawerunków soczewek progresywnych”.



Odświeżenie Wizerunku (marzec 2022):

W marcu 2022 roku przeszliśmy rebranding, wprowadzając nowe logo – Gazeta OPTYKA, podkreślając naszą rolę jako lidera branżowego.

W 2024 roku uruchomiliśmy nową stronę internetową z wyszukiwarką artykułów.



Misja i Sukces:

Od początku istnienia, Gazeta OPTYKA konsekwentnie realizuje swoją misję – edukację i rozwój polskiej branży ochrony wzroku. Dzięki publikowanym artykułom naukowym, rzetelnym informacjom o nowych technologiach i zmieniających się trendach, specjaliści ochrony wzroku mają dostęp do najnowszej wiedzy, co pozwala im świadczyć jeszcze lepsze usługi dla swoich klientów. Dziś Gazeta OPTYKA to nie tylko czasopismo, ale także społeczność specjalistów, którzy dzielą się swoją wiedzą i doświadczeniem.

Co Nas Wyróżnia?

- **Pionierskie Inicjatywy:** Jako pierwsi w Polsce wprowadziliśmy wiele innowacyjnych rozwiązań, takich jak działy „Optyka-Nauka” i „Alfabet specjalisty” oraz wydaliśmy cenione w branży „Katalog Polska OPTYKA”, i „Przegląd grawerunków soczewek progresywnych”.
- **Autorytet:** Nasi autorzy są cenionymi fachowcami i największymi autorytetami w branży. Gazeta OPTYKA dzięki fachowym i rzetelnym publikacjom jest pismem opiniotwórczym. O nasz wyłączny patronat medialny zabiegają organizatorzy konferencji naukowych, także tych międzynarodowych.
- **Współpraca ze Środowiskiem Naukowym:** Dzięki ścisłej współpracy z uczelniami i instytutami badawczymi, dostarczamy naszym czytelnikom najnowsze wyniki badań naukowych.
- **Lider w Polskiej Branży Optycznej:** Gazeta OPTYKA ma największy zasięg czytelnictwa wśród innych czasopism optycznych w Polsce. Dynamicznie się rozwijamy, poszukując nowych form komunikacji i narzędzi, aby zapewnić naszym czytelnikom jak najlepsze doświadczenie.
- **Zaufanie Czytelników:** Nasza gazeta jest ceniona za rzetelne informacje i praktyczne wskazówki. Gazeta OPTYKA jest rekomendowana przez wykładowców jako lektura obowiązkowa.
- **Unikalny Profil Czytelników:** Czytelnik Gazety OPTYKA różni się od innych czytelników gazet optycznych tym, że dokonał świadomego wyboru poprzez zamówienie prenumeraty. Są to osoby aktywne zawodowo (optycy, optometryści, ortoptystki, okuliści oraz uczniowie i studenci tych kierunków) poszukujące wiarygodnych wartości edukacyjnych oraz zainteresowane innowacjami w kierunku rozwoju firmy i osobistym.
- **Specjalistyczna Tematyka:** Skupiamy się wyłącznie na branży i specjalistach ochrony wzroku, co gwarantuje, że Państwa reklama dotrze do najbardziej spersonalizowanej grupy odbiorców.

Dlaczego Warto Wybrać Gazetę OPTYKA?

Nasza gazeta to nie tylko źródło informacji, ale także renomowana platforma, na której prezentują się liderzy branży optycznej.

Dołączając do tego grona, zyskają Państwo wiarygodność i zaufanie klientów.



Naszym Reklamodawcom zapewniamy:

- ✓ **Publikacje wydarzeń,** komunikatów i informacji prasowych w aktualnościach.
- ✓ **Zamieszczanie opisów** kolekcji w modzie okularowej.
- ✓ **Udostępnianie informacji** na naszym profilu FB.
- ✓ **Zamieszczenie loga** jako sponsora prenumeraty.
- ✓ **Regularność publikacji** wg terminarza wydawniczego.
- ✓ **Dbłość o renomę i wizerunek.**
- ✓ **Nasz fotograf zadba o zdjęcia** Państwa stoiska oraz prezentacji w czasie targów czy konferencji, które ukarzą się w naszej relacji.
- ✓ **Efektywność:** Nasze reklamy działają subtelnie, bez nachalności, tworząc harmonijną przestrzeń, która wzbogaca lekturę. Prenumerata w wersji drukowanej wysyłana jest w nakładzie 5400 egzemplarzy, a każdy numer dostępny jest również w wersji elektronicznej.
- ✓ **Długą Żywotność Reklam:** Nasi czytelnicy kolekcjonują całe roczniki Gazety OPTYKA, dzięki czemu reklamy mają długotrwały efekt.
- ✓ **Prestiż:** Współpraca z najlepszymi uczelniami i ośrodkami akademickimi sprawia, że Gazeta OPTYKA jest rekomendowana jako lektura obowiązkowa, co pozwala dotrzeć do potencjalnych klientów już na etapie ich edukacji.

Formaty Reklam



- **1/1 strona:**
Reklama całostronicowa na prawej stronie.

- **Rozkładówka:**
Dwie sąsiadujące ze sobą strony.



- **Okładka:**
Możliwość reklamy na I, II, III i IV okładce magazynu.



- **Wklejka:**
Dwustronicowy materiał reklamowy umieszczony na sztywnej kartce (lewa i prawa strona) wklejony wewnątrz grzbietu gazety.

- **Artykuł Sponsorowany:** Reklama przypominająca materiał redakcyjny, może przybrać formę artykułu lub wywiadu, będzie oznaczona jako artykuł promocyjny. Szczególnie polecana, gdy chcemy poinformować czytelnika o właściwościach danego produktu lub usługi.

- **Mniejsze formaty reklamy ramkowej:**
Reklama ta może przybrać zarówno pionową, jak i poziomą formę, to atrakcyjna opcja dla firm z mniejszym budżetem.



Korzyści ze Współpracy Reklamowej

- ✓ **Pozycjonowanie i Zwiększenie Świadomości:** Reklama w Gazecie OPTYKA pomoże przedstawić Państwa firmę i zainteresować czytelników ofertą. Dotrą Państwo do decydentów w branży, którzy poszukują dostawców wysokiej jakości produktów i usług.
- ✓ **Budowanie Relacji:** Zbudują Państwo trwałe relacje z potencjalnymi klientami, którzy szukają ciekawych propozycji. Nasza gazeta jest ceniona za rzetelne informacje i praktyczne wskazówki, co zwiększa zaufanie czytelnika do zamieszczanych u nas ofert reklamowych.
- ✓ **Efektywna Kampania:** Gwarantujemy widoczność Państwa reklamy dzięki ograniczonej liczbie miejsc reklamowych w każdym numerze. Nasze reklamy przynoszą wymierne rezultaty, o czym świadczą pozytywne opinie naszych wieloletnich klientów.

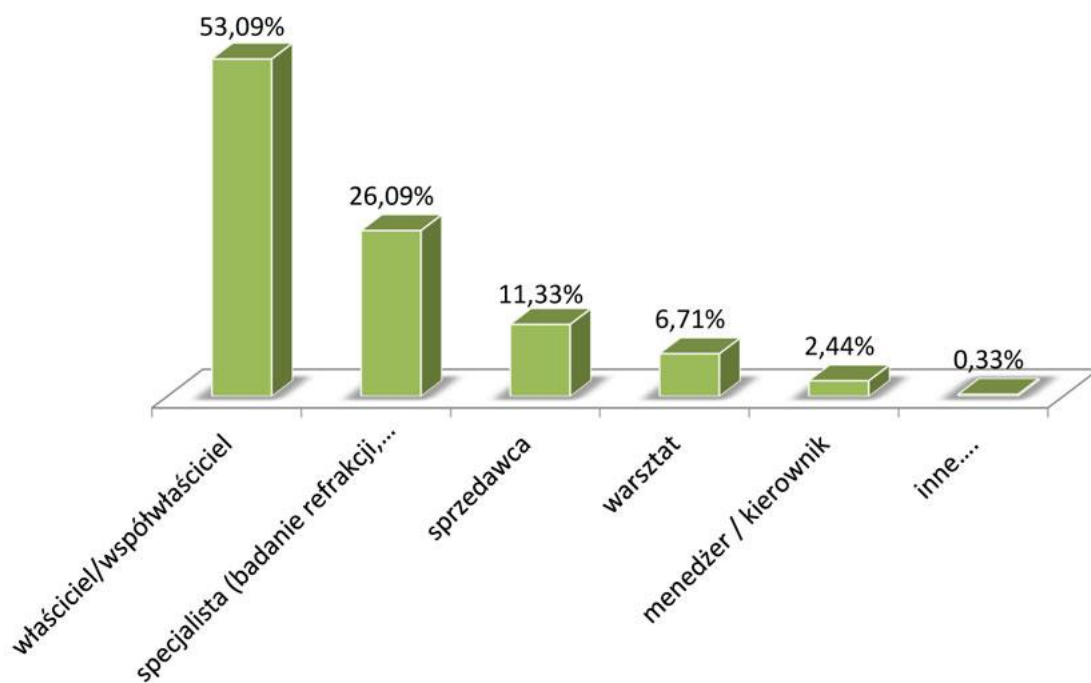
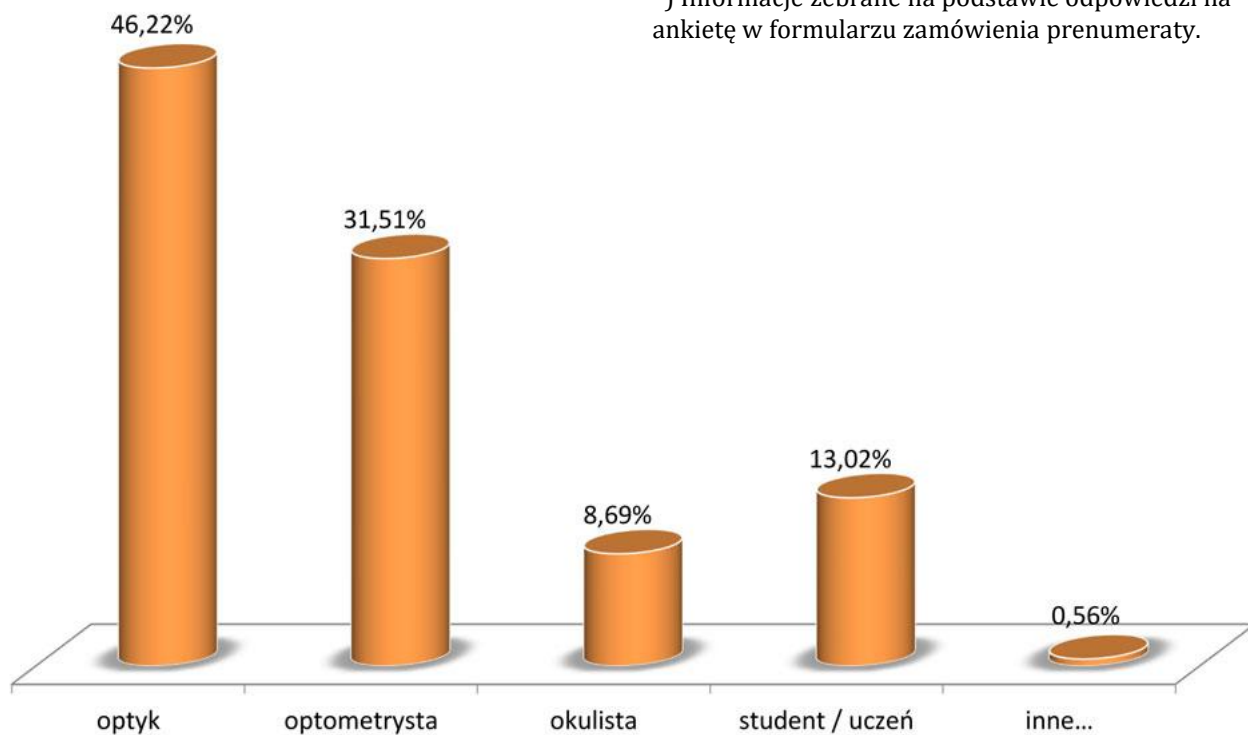
Dane o Nakładzie i Zasięgach

- Gazeta OPTYKA ma **największy zasięg czytelnictwa*** wśród innych polskich czasopism związanych z branżą optyczną.
- Wersja drukowana wysyłana jest do prenumeratorów w nakładzie **5400 egzemplarzy**.
- Każdy numer ukazuje się również w wersji elektronicznej, którą udostępniamy na naszej stronie www.
- Nasz profil na Facebooku ma największy zasięg w branży: **6,3 tys.** obserwujących.
- Nasza grupa FB z bezpłatnymi ogłoszeniami drobnymi ma **4,9 tys.** członków (praca i re-commerce).

** Według raportów OPTYKBUS – badania branżowe firmy BCM – Gazeta OPTYKA ma największy zasięg czytelnictwa wśród polskich czasopism optycznych, przekraczający 88%.*

Czytelnik Gazety OPTYKA

*) Informacje zebrane na podstawie odpowiedzi na ankietę w formularzu zamówienia prenumeraty.



Terminarz wydawniczy 2025



Numer	Składanie zamówień i rezerwacji powierzchni reklamowych	Dostarczenie Mody okularowej	Dostarczenie Informacji PR do Aktualności	Zamknięcie numeru; dostarczenie reklam do druku	Publikacja e-wydania	Wysyłka wersji drukowanej
1(92)2025	09 stycznia	15 stycznia	20 stycznia	24 stycznia	03 lutego	12 lutego
2(93)2025	10 marca	14 marca	20 marca	25 marca	01 kwietnia	10 kwietnia
3(94)2025	09 maja	15 maja	20 maja	23 maja	02 czerwca	10 czerwca
4(95)2025	10 lipca	15 lipca	21 lipca	25 lipca	01 sierpnia	11 sierpnia
5(96)2025	10 września	15 września	19 września	25 września	01 października	10 października
6(97)2025	10 listopada	14 listopada	20 listopada	25 listopada	01 grudnia	10 grudnia

Informacje prasowe do Aktualności

Prosta informacja prasowa do „Aktualności” to krótkie notki prasowe o charakterze informacyjnym, których zadaniem jest powiadomienie odbiorców o jakimś wydarzeniu, usłudze, produkcie.

W dziale „Aktualności” bezpłatnie zamieszczamy proste informacje prasowe, które dotyczą aktualnych tematów, takich jak: newsy o produktach, usługach, nowych kolekcjach, planowanych imprezach i wydarzeniach, kampaniach, szkoleniach, osiągnięciach, itp.

Prosimy o przesyłanie krótkich informacji PR w pliku tekstowym z osobną grafiką:

- tekst **do 1000** znaków ze spacjami (w pliku tekstowym)
- maksymalnie **2 ilustracje** jako osobny plik graficzny (zdjęcie, logo, ilustracja)
- grafika jako plik **PDF, JPG, TIFF** lub **EPS** w rozdzielczości **300 ppi** o podstawie minimum **6 cm**
- Informacje PR należy przesłać **do Tomasza Kaczyńskiego** na adres: TomekK@gazeta-optyka.pl

✓ Informacja do **AKTUALNOŚCI** powinna zawierać odpowiedź na pytania: **co? kto? gdzie? kiedy? jak? dlaczego? z jakim skutkiem?**

✓ Powinna być **aktualna, obiektywna, zwięzła, konkretna, przejrzysta i ciekawa.**



Tomasz Kaczyński

Sekretarz redakcji

tomekk@gazeta-optyka.pl

kom. +48 600 688 437

Informacji PR redakcja nie odsyła do akceptacji / autoryzacji.

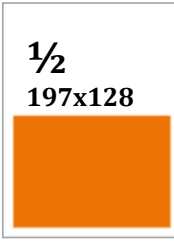
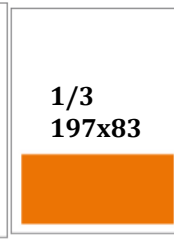
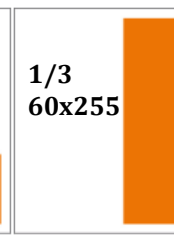
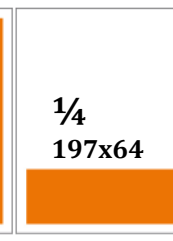
Jeśli jest taka potrzeba, redakcja informacje przeredagowuje, dostosowując je do gazety (dostępnego miejsca) i odbiorcy. Podlegają one także korekcie redakcyjnej, tak aby nie było błędów ortograficznych i stylistycznych.

Krótkie informacje prasowe nie stanowią przedmiotu prawa autorskiego zgodnie z Ustawą z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz.U. z 1994 r. nr 24, poz. 83), artykuł 4 ustęp 4.

Cennik powierzchni reklamowych

Obowiązujący od 01 stycznia 2025

I okładka*	20.600 PLN
II okładka*	6.800 PLN
III okładka*	6.200 PLN
IV okładka*	8.400 PLN

 1/1 str.* 230x300	 1/2 197x128	 1/3 197x83	 1/3 60x255	 1/4 197x64
5.800 PLN	3.600 PLN	2.800 PLN	2.800 PLN	2.300 PLN

* powierzchnie całostronicowe o wymiarze netto 230x300 mm, do których należy doliczyć **spady** po **5 mm** z każdej strony

** dwie strony na spad, każda o wymiarze netto 230x300 mm

Pierwsza prawa strona*	6.600 PLN
Prawa strona przy wstępie redakcyjnym*	6.900 PLN
Prawa strona przy spisie treści*	6.900 PLN
Prawa strona przy spisie reklam*	6.900 PLN
Pierwsza rozkładówka 8–9 strona**	12.200 PLN
Rozkładówka**	11.300 PLN
Wklejka**	13.200 PLN
INSERTOWANIE materiału – cena ustalana indywidualnie	

RABATY

przy zamówieniu
w kolejnych numerach:

2 emisje -5%

3 emisje -10%

4 emisje -15%

5 emisji -20%

6 emisji -30%

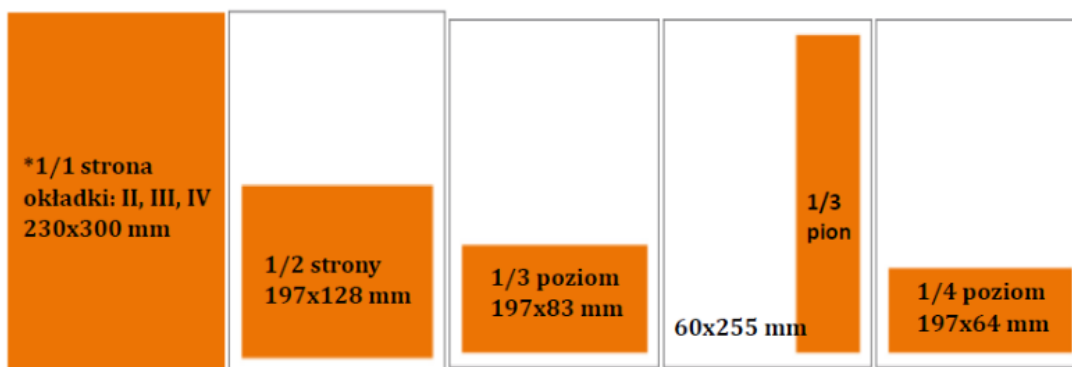
Uwagi:

1. Cena za wykup powierzchni reklamowej podana jest netto (+ VAT 23%).
2. Rozmiar reklam podany jest w milimetrach (szerokość x wysokość).
3. W przypadku zamieszczenia kilku reklam w układzie „kartka za kartką” doliczamy do reklamy 10% ceny podstawowej dla danego formatu.
4. Za zamieszczenie ogłoszenia w wybranym przez zamawiającego miejscu dolicza się 10% ceny podstawowej.
5. Cennik reklam jest integralną częścią Regulaminu zamieszczania reklam w gazecie OPTYKA www.gazeta-optyka.pl w zakładce REKLAMA.

Specyfikacja techniczna

1. Specyfikacja techniczna przyjmowanych **materiałów reklamowych do druku:**

- kolorystyka **CMYK** (wszystkich elementów),
- rozdzielczość **300 ppi**,
- pliki w formacie: **PDF** (rozdzielczość do druku **300 ppi**, wielkość max. pliku: **25 MB**), **każdy** element reklamy (logo, rysunek czy zdjęcie) w PDF musi mieć rozdzielczość **300 ppi**,
- fonty zamienione na **krzywe**,
- teksty **czarne muszą** być w jednym kolorze **100% black**,
- zrastrowanie złożonych wypełnień wektorowych,
- pliki zamknięte, bez warstw,
- maksymalne **nafarbienie** (TAC lub TIL) **nie może** przekraczać **330%**,
- warstwy uszlachetnień (UV, hot stamping, itp.) muszą być umieszczone na oddzielnej stronie w pliku pdf jako **100% black**.



** w reklamach (1/1 strony oraz okładki) **całostronicowych**, format netto 230 x 300 mm, **muszą** być uwzględnione **spady z każdej strony po 5 mm**, czyli rozmiar reklamy brutto to 240 x 310 mm,*

** reklamy całostronicowe **muszą mieć znaczniki drukarskie**, pasery oraz linie cięcia, które mają znajdować się poza obszarem spadu (mogą dotyczyć spadów, ale nie mogą na nie wchodzić),*

** istotne elementy graficzne (np. logo, teksty) **muszą być odsunięte od linii cięcia** od strony grzbietu o minimum 18 mm i o minimum 15 mm od linii cięcia przy krawędzi strony.*

2. Materiały przyjmujemy:

pliki reklamowe na adres monika@gazeta-optyka.pl

proofy na adres: Redakcja OPTYKA ul. Walecznych 36 lok. 1, 03-916 Warszawa

3. W razie niedostarczenia **wydruku próbnego** (proof, matchprint, chromalin), **Wydawca** oraz **Drukarnia nie ponoszą odpowiedzialności** za niezgodność kolorów.

4. Na pytania techniczne odpowie **Tomasz Kaczyński** tomekk@gazeta-optyka.pl lub 600 688 437.

Regulamin zamieszczania reklam

1. Wydawca prowadzi sprzedaż powierzchni reklamowych w Gazecie OPTYKA na podstawie [cennika reklam](#), niniejszego regulaminu zamieszczania reklam oraz [specyfikacji technicznej](#), zawierające jednolite dla wszystkich zainteresowanych podmiotów – warunki przyjmowania zleceń na publikację reklam (ogłoszeń, materiałów promocyjnych, artykułów sponsorowanych).
2. Przyjmowanie do publikacji reklam, oraz zamieszczanie ich w gazecie OPTYKA dokonywane jest na podstawie umowy zawartej pomiędzy Wydawcą a Zamawiającym.
3. Zamawiający dostarcza Wydawcy gotowy do druku plik z materiałem reklamowym (np.: reklama graficzna, ogłoszenie, artykuł sponsorowany):
 - w jakości do druku przygotowany wg [specyfikacji technicznej](#),
 - w wyznaczonym terminie dostarczenia reklam oznaczonym w [terminarzu wydawniczym](#).
4. Zamawiający odpowiada za treść i formę materiałów zamieszczanych na zamówienie. Reklamy nie mogą być sprzeczne z prawem ani dobrymi obyczajami (zasadami współżycia społecznego).
5. Materiały promocyjne takie jak np. wywiady i artykuły, Wydawca oznacza opisem: „Artykuł sponsorowany” (Art. 36 Prawo prasowe).
6. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za formę i treść publikowanych materiałów zamieszczanych na zamówienie.
7. Wydawca ma prawo odmówić zamieszczenia materiału reklamowego, jeśli jego treść jest niezgodna z interesem lub charakterem Gazety OPTYKA.
8. W razie niedostarczenia wydruku próbnego (proof, matchprint, chromalin), Wydawca oraz drukarnia nie ponoszą odpowiedzialności za niezgodność kolorów.
9. Aby zmienić reklamę w czasie realizacji zamówienia, Zamawiający zobowiązany jest dostarczyć nowy materiał nie później niż w terminie określonym w [terminarzu wydawniczym](#).
10. Brak materiałów do druku w wyznaczonym terminie oznacza:
 - dla pierwszej reklamy rozpoczynającej emisję wg zamówienia, brak publikacji oraz obciążenie Zamawiającego 100% wartością zamówionej powierzchni,
 - dla kolejnej emisji reklamy Wydawca zamieszcza powtórkę ostatnio opublikowanej wersji.
11. Rezerwacja I, II, III i IV okładki nie może być anulowana.
12. Warunek zamieszczenia reklamy na I okładce Gazety OPTYKA:
 - reklama musi być inna od pozostałych okładek gazet branżowych (aby Czytelnik nie mylił tytułów czasopism),
 - musi mieć przejrzystą grafikę i niewielką ilość tekstu.
13. Rezygnacja z emisji reklamy lub przerwanie zamówienia cyklu reklam wymaga formy pisemnej i może być dokonana tylko do dnia oznaczonego w [terminarzu wydawniczym](#) jako termin składania zamówień na reklamy. Rezygnacja po ww. terminie powoduje:
 - obciążenie Zleceniodawcy karą umowną w wysokości 100% wartości zamówionej reklamy,
 - w razie rezygnacji z kontynuacji zamówienia Zleceniodawca jest zobowiązany do zwrotu odliczonego wcześniej rabatu.
14. Faktury wystawiane są w dniu publikacji e-wydania danego numeru gazety OPTYKA z zamówioną reklamą. Płatność przelewem na podstawie faktury w terminie 14 dni. W przypadku opóźnienia będą naliczane ustawowe odsetki karne oraz zostanie wystawiona faktura wyrównująca odliczony wcześniej rabat.
15. Wydawca zastrzega sobie prawo do pobierania należności za reklamę w momencie złożenia zamówienia.
16. W przypadku reklamy projektowanej przez Wydawcę na zlecenie Zamawiającego, pobierane są opłaty. Koszt przygotowania reklamy i koszt praw autorskich ustalany jest indywidualnie i zależy od stopnia skomplikowania oraz rodzaju reklamy.

Zapraszam do współpracy

Marketing to nie tylko produkt, ale przede wszystkim percepcja.

*Reklamuj wizerunek, nie produkt, bo walka toczy się o to,
co ludzie myślą o produktach i usługach.*

Największe światowe koncerny, takie jak Volvo (bezpieczeństwo), RedBull (skrzydła), Mastercard (za resztę zapłacisz kartą) oraz inne jak np. Apple, Google, McDonald's, doskonale zdają sobie z tego sprawę. Inwestują ogromne środki w kreowanie unikalnych wizerunków swoich marek, które zapadają w pamięć konsumentów.

Wygrywają te firmy, które są najlepiej postrzegane!

Inwestując w reklamę w Gazecie OPTYKA, zyskują Państwo pewność, że ogłoszenie dotrze do wyselekcjonowanego grona specjalistów. Reklama w renomowanym medium, jakim jest Gazeta OPTYKA, podnosi prestiż firmy. To gwarancja wysokiej skuteczności kampanii i wzrostu rozpoznawalności.

Pozostaję do dyspozycji, chętnie porozmawiam i dowiem się, jakie są Państwa oczekiwania, aby pomóc dopasować ofertę reklamową do budżetu i potrzeb.



Monika Gawinowicz

Manager ds. organizacji i reklamy

monika@gazeta-optyka.pl

Kom. +48 601 973 300