

deník.cz
MEDIAKIT

Deník.cz a 70 lokálních mutací webu Deník.cz nabízí svým čtenářům **jedinečnou kombinaci zpravodajského obsahu na regionální a celostátní úrovni**. Největší re - dakce na mediálním trhu s více než 300 novináři přináší nejdůležitější informace ze všech koutů České republiky až na úroveň okresu.

ZÁKLADNÍ ÚDAJE/MĚSÍC:

DESKTOP	1 214 576 RU
MOBIL A TABLET	4 024 416 RU
CELKEM	4 188 888 RU

Denik.cz je **3. nejnavštěvovanější zpravodajský web, 1. v segmentu Zdraví**

Zdroj: Netmonitor duben 2025





VLTAVA LABE MEDIA

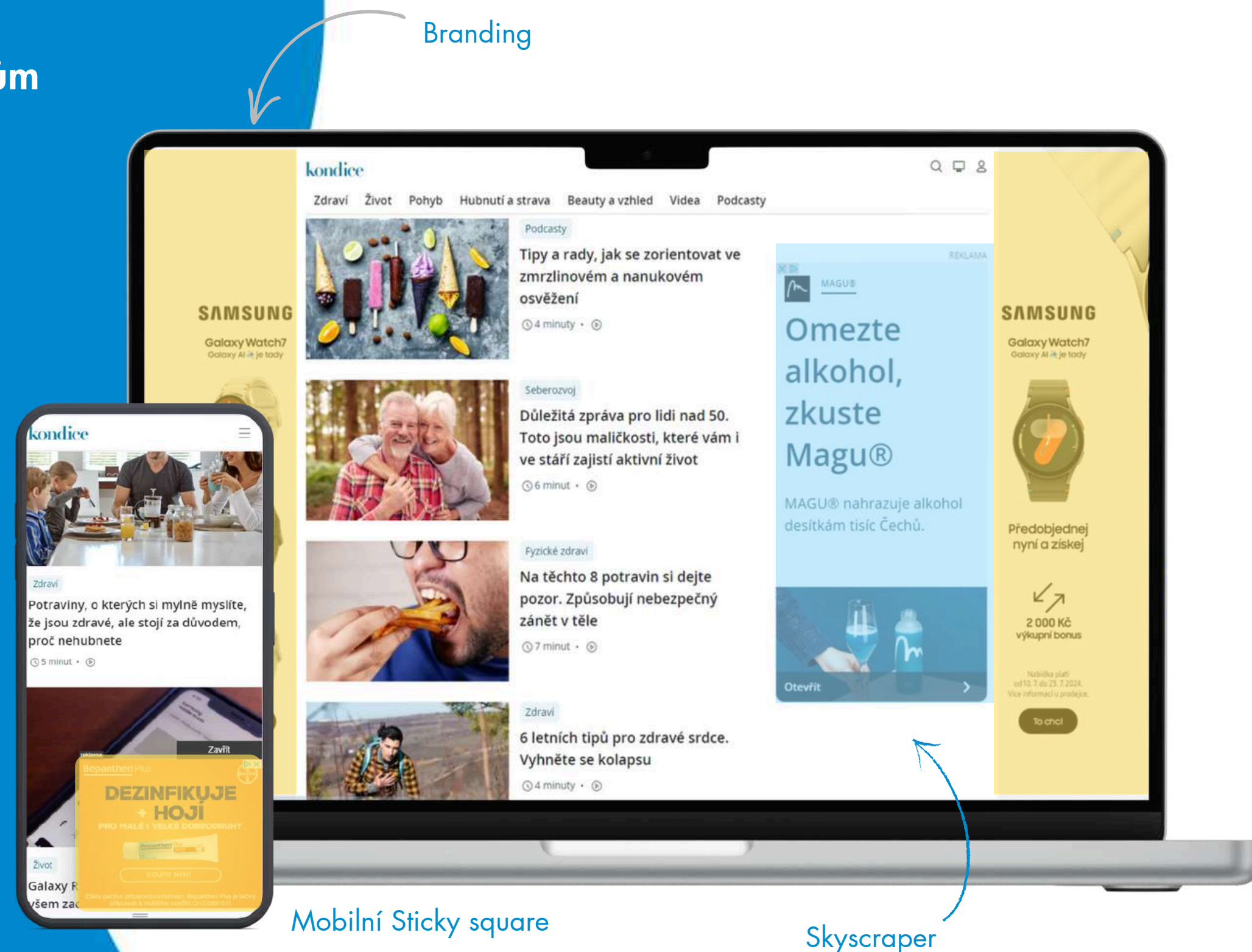
BANNEROVÁ RAKLAMA

S JEDINEČNOU MOŽNOSTÍ
REGIONÁLNÍHO CÍLENÍ

BANNEROVÁ REKLAMA

V podobě grafických bannerů na webových stránkách slouží k propagaci a přitahování pozornosti k produktům nebo službám.

- Bannery mohou obsahovat text, obrázky nebo animace a slouží k propagačním účelům.
- Často je využívána k získání pozornosti uživatelů a přitahování potenciálních zákazníků na konkrétní webové stránky nebo produkty.
- Bannery mohou být umístěny na různých částech webových stránek, například na horním nebo bočním panelu, mezi obsahem nebo na dolní části stránky. Tyto reklamy mohou být interaktivní a obsahovat odkazy, které přesměrují uživatele na cílovou stránku.



PŘEHLED VŠECH FORMÁTŮ NALEZNETE NA:
reklamy.vlmedia.cz

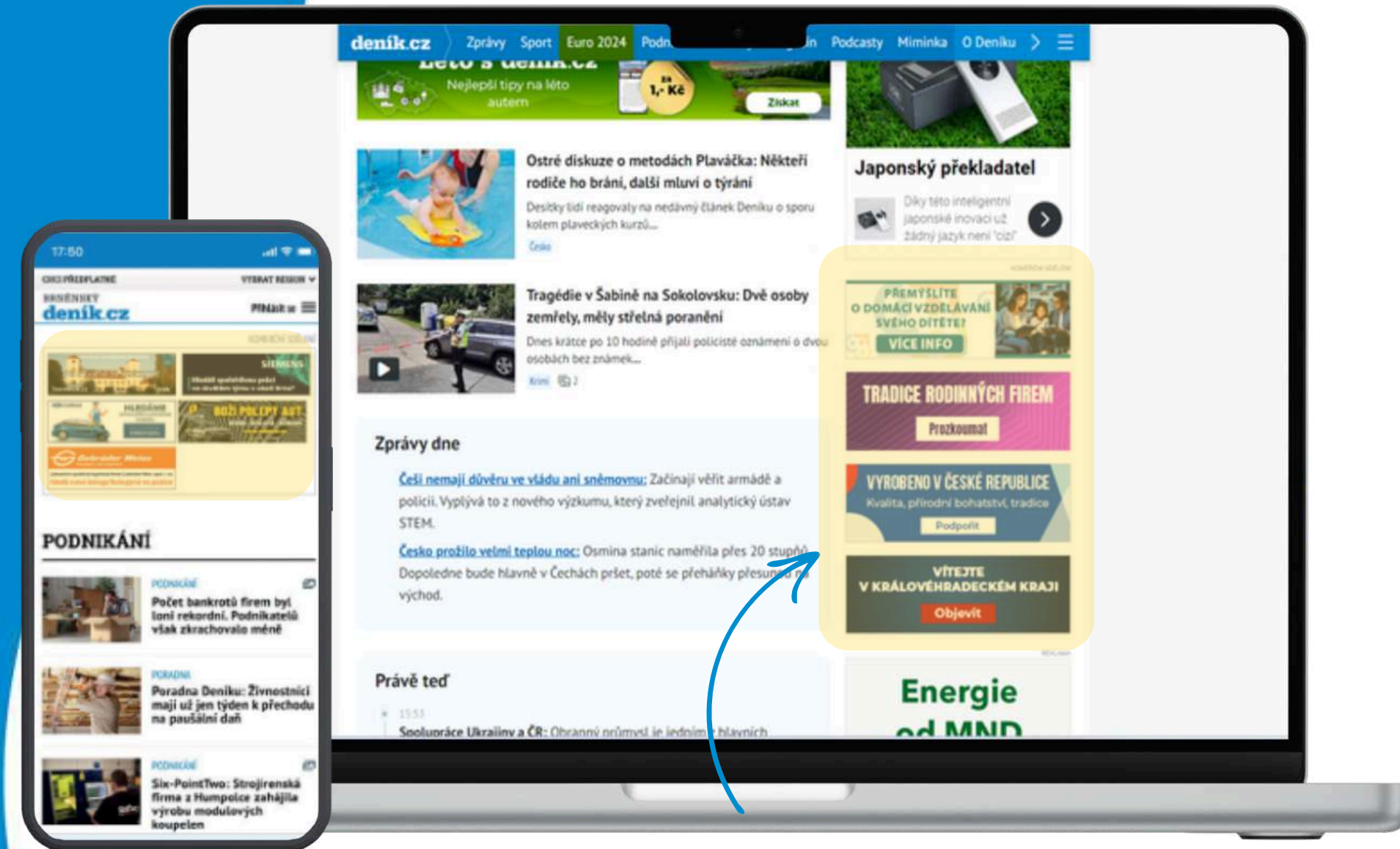
KOMERČNÍ SDĚLENÍ

Menší reklamní formát, který ale neunikne pozornosti uživatele.

Komerční sdělení je menším formátem, který se zobrazuje v pravé části webu na desktopu a v mobilní verzi mezi zpravodajstvím. Formát je prodáván na týden se zobrazením 24/7.

- FORMÁT: IMG (JPG, PNG)
- ROZMĚR: 300x100 px
- MAX DATOVÁ VELIKOST: 50 kB

DOSTUPNÉ NA WEBECH:
Denik.cz



Komerční sdělení

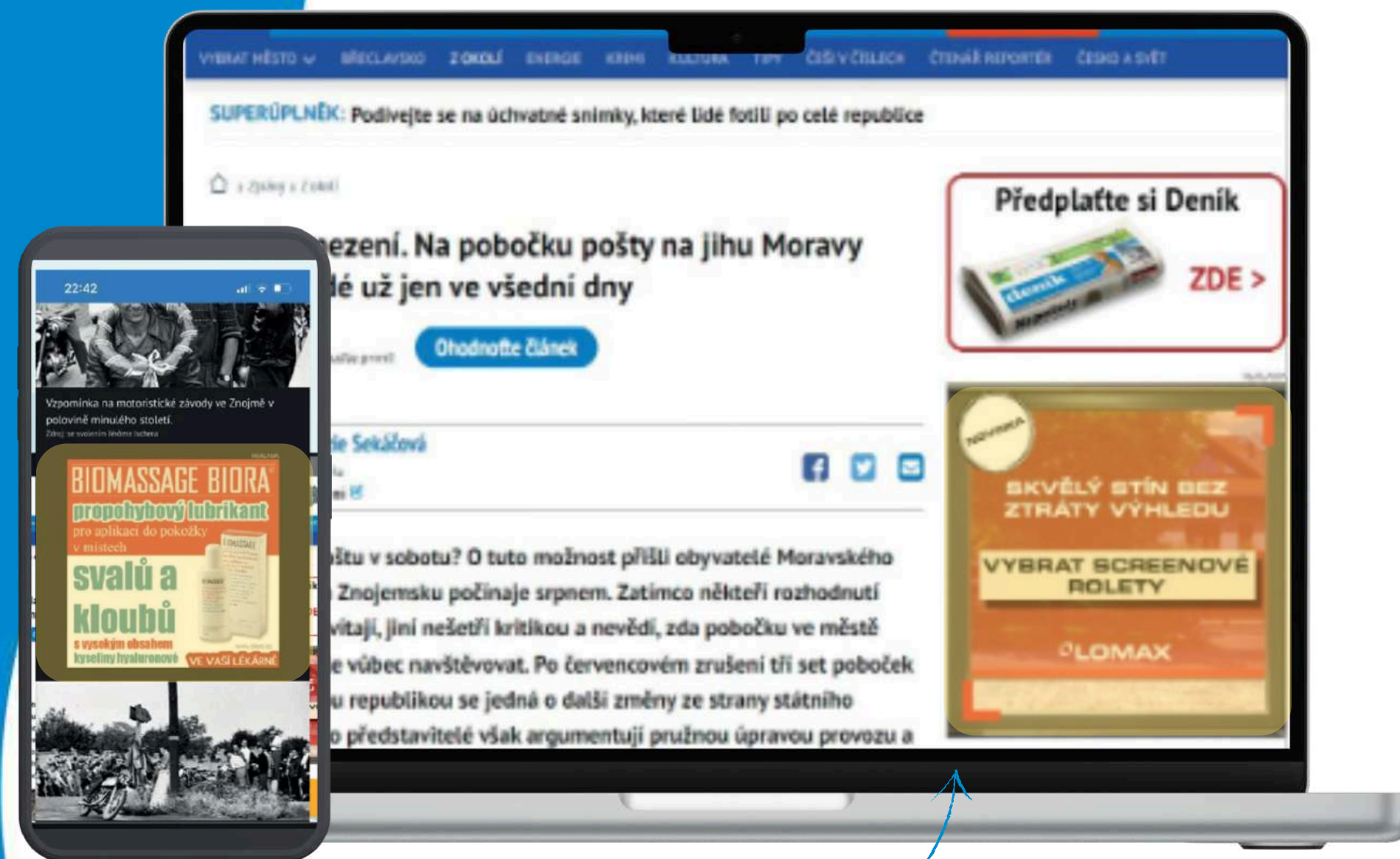
SQUARE

Jednoduchý formát, který je dostupný na všech webech.

Square se řadí mezi formáty, které lze použít napříč všemi weby. Je dostatečně velký, aby upoutal uživatele. Lze jej použít ve statické podobě, nebo jej dodat jako HTML5 banner. Tento formát najdete nejen na home page webu, ale také v detailu článku. Jde o univerzální formát, který je použitelný napříč zařízeními.

- **FORMÁT:** IMG (JPG, PNG, GIF), HTML5
- **ROZMĚR:** 300x300 px, 300x250 px
- **DATOVÁ VELIKOST:** 100 kB

DOSTUPNÉ NA VŠECH WEBECH



MOBILNÍ SQUARE PREMIUM

Pomocí tohoto formátu zaujmete všechny uživatele mobilních zařízení.

Prémiový formát, který se uživateli zobrazuje přímo v obsahu. Je tzv. od kraje ke kraji a využívá maximum prostoru pro reklamní sdělení. Jde o formát s vysokou visibilitou a zároveň skvělým výkonem.

- FORMÁT: PNG, JPG, GIF
- ROZMĚR: 480x480 px
- MAX DATOVÁ VELIKOST: 200 kB

DOSTUPNÉ NA WEBECH:
Denik.cz



VINĚTA

Formát s nadprůměrnou viditelností, ideální pro komunikaci značky.

Mobilní viněta je atraktivní formát s nadprůměrnou viditelností a vysokou mírou CTR.

Nabízí přímé propojení s uživatelem. Zobrazí se okamžitě po kliknutí na článek přes celou obrazovku.

Pro čtení článku je nutné zavřít reklamu křížkem.

- **FORMÁT:** PNG, JPG
- **ROZMĚR:** 300x600 px, 300x250 px
- **MAX DATOVÁ VELIKOST:** 100 kB

DOSTUPNÉ NA VŠECH WEBECH



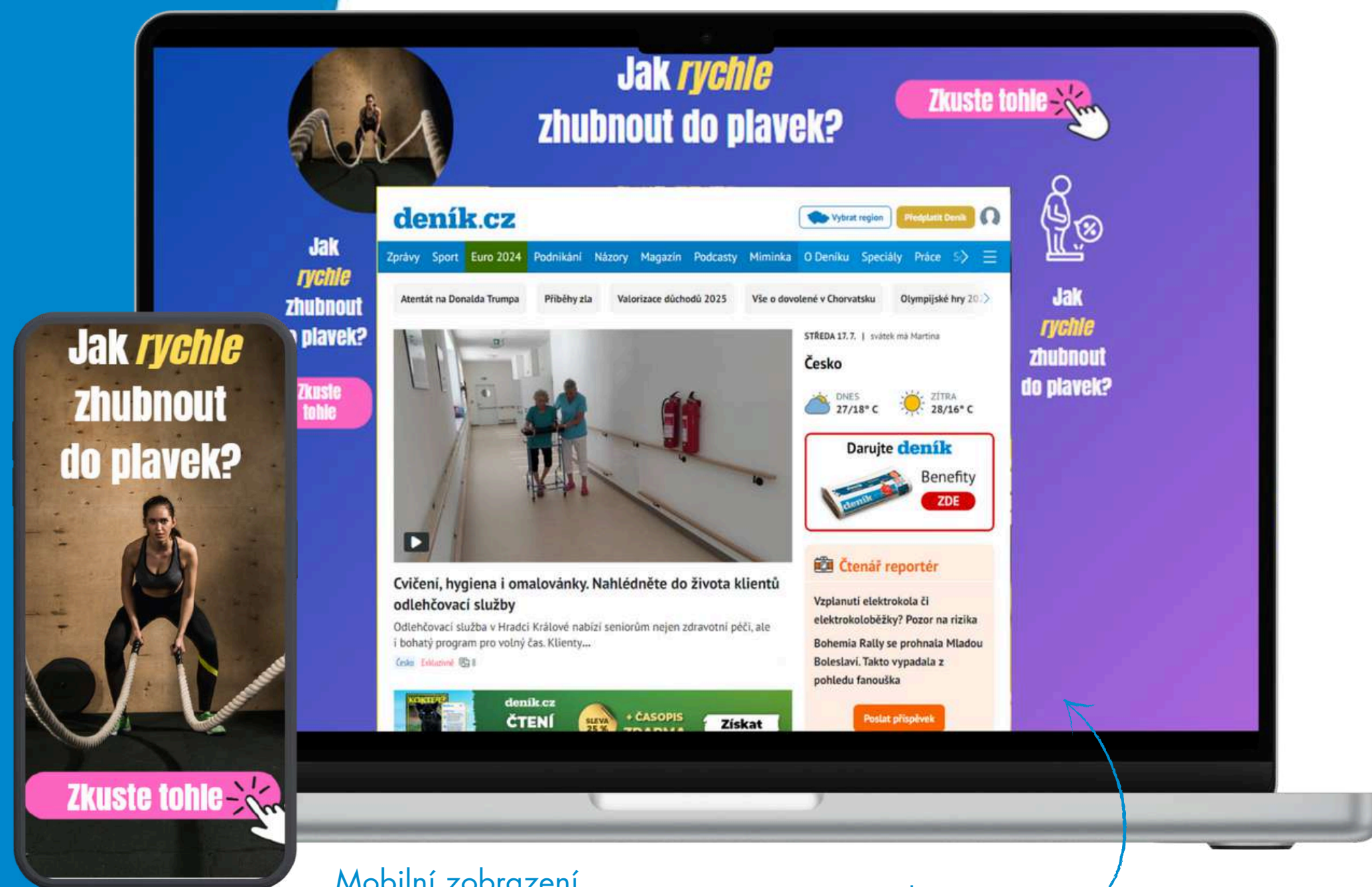
BRANDING CROSS DEVICE

Formát s vysokou viditelností, ideální pro komunikaci značky.

Branding se řadí mezi formáty, které výrazným způsobem posilují značku klienta. Je charakteristický vysokou viditelností a proto patří k oblíbeným reklamním formátům. Je neustále v zorném poli uživatele po celou dobu jeho návštěvy stránky.

- FORMÁT: IMG (JPG, PNG, GIF), HTML5
- ROZMĚR: 2000x1400 px, 1000x200 px + 2x 460x1080 px
- MAX DATOVÁ VELIKOST: 300 kB

DOSTUPNÉ NA VŠECH WEBECH



Mobilní zobrazení

Desktop verze

STICKY LEADERBOARD CROSS DEVICE

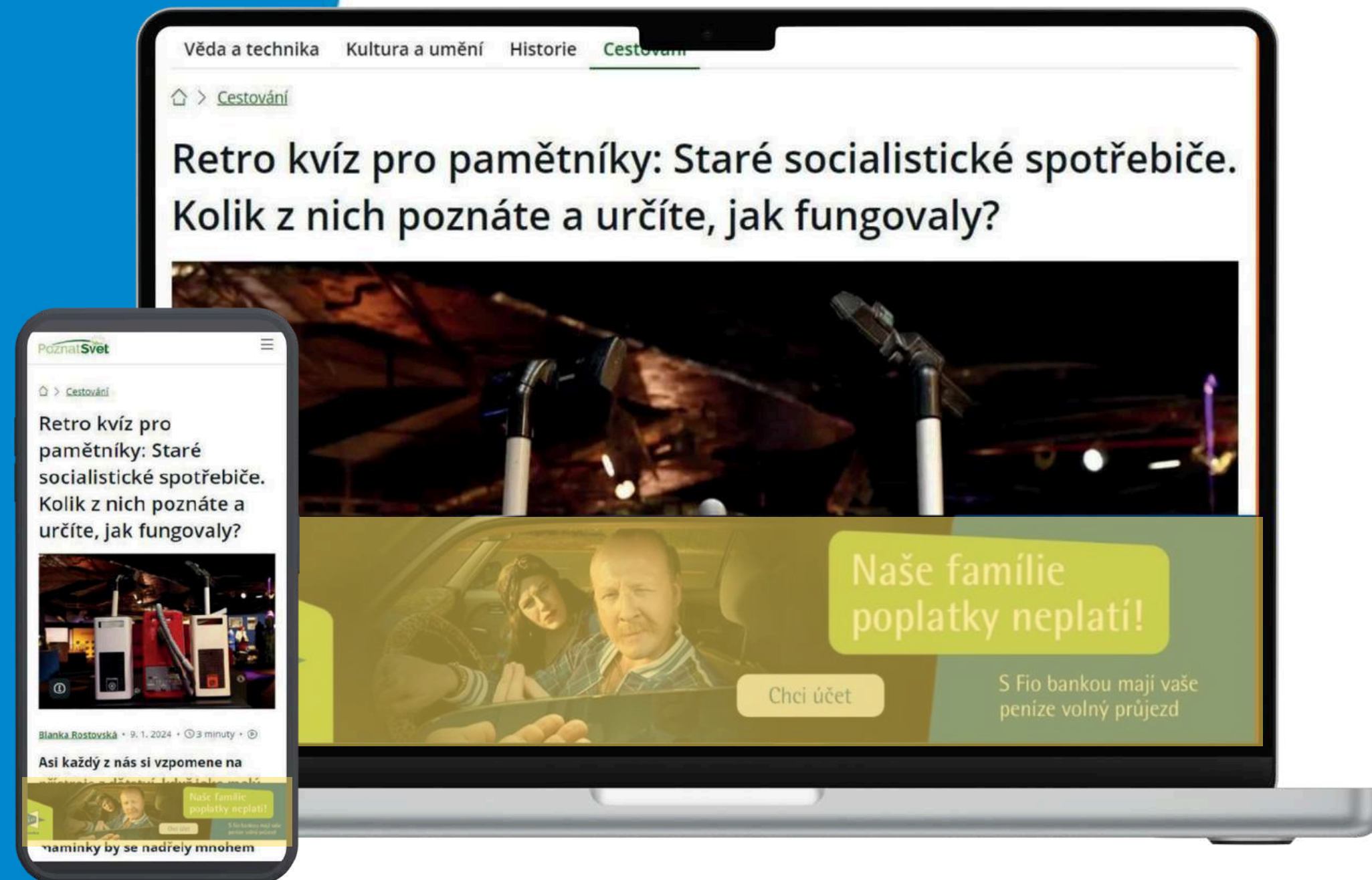
Oblíbený formát na desktopových i mobilních zařízeních ve vrstvě nad obsahem.

Formát, který využívá funkce overlay, tedy je zobrazen uživateli přes obsah, který právě čte. Díky tomu je visibility tohoto banneru velmi vysoká. Můžete jej zařadit do výkonnostních kampaní. Pro uzavření leaderboardu je nutné kliknout na „zavřít reklamu“.

TIP: Banner můžete obohatit o video.

- **FORMÁT:** IMG (JPG, PNG, GIF), HTML5
- **ROZMĚR:** 1000x200 px, 320x100 px
- **MAX DATOVÁ VELIKOST:** 100 kB

DOSTUPNÉ NA VŠECH WEBECH



PRE-ROLL NASAZENÍ

Kromě klasické bannerové reklamy můžete na vybraných webech využít také videoreklamy.

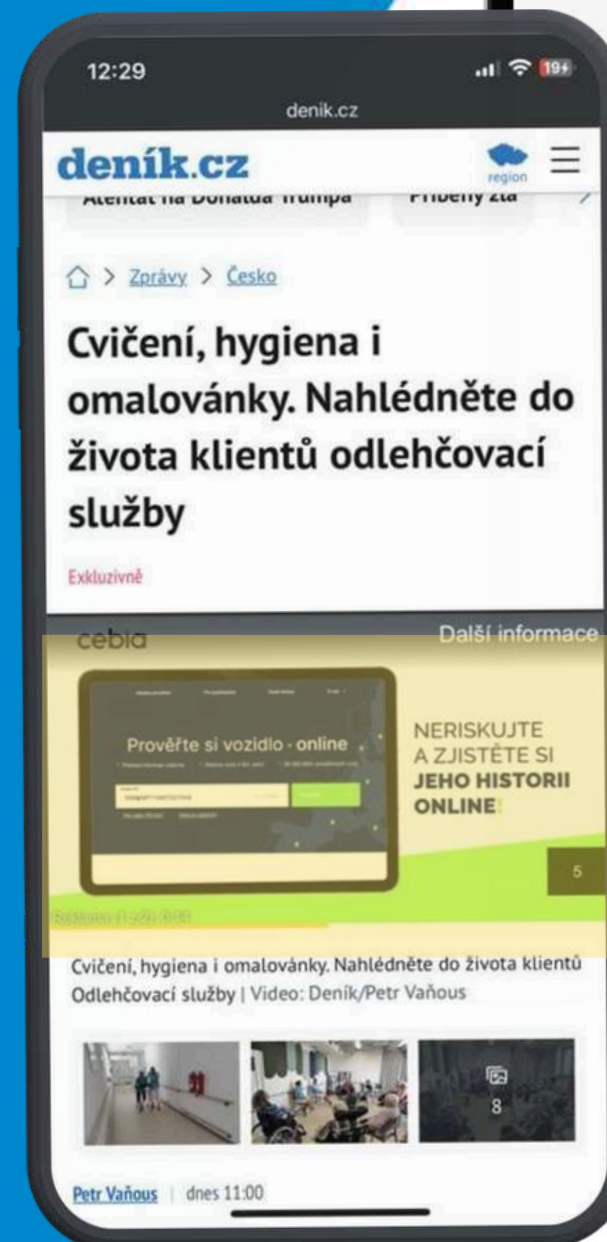
Podobně jako TV reklama, je pre-roll uživateli přehrán před redakčním obsahem. Ideálním způsobem, jak využít tento formát, jsou brandové kampaně. Další možností je možnost Bumper video reklamy (bumper ads), umístěný před začátkem přehrávaného videa. Jedná se o nepřeskočitelnou krátkou videoreklamu.

TIP: Pokud chcete, aby uživatel shlédl důležité sdělení, zobrazte jej v prvních 10 vteřinách.

Poznámka: u tohoto formátu jsou omezené možnosti cílení.

- **FORMÁT:** Video formát (MP4, AVI, MOV)
- **ROZMĚR:** 1024x576 px (16:9), 768x576 px (4:3)
- **MAX DATOVÁ VELIKOST:** Datová velikost: 100MB, 30 sekund

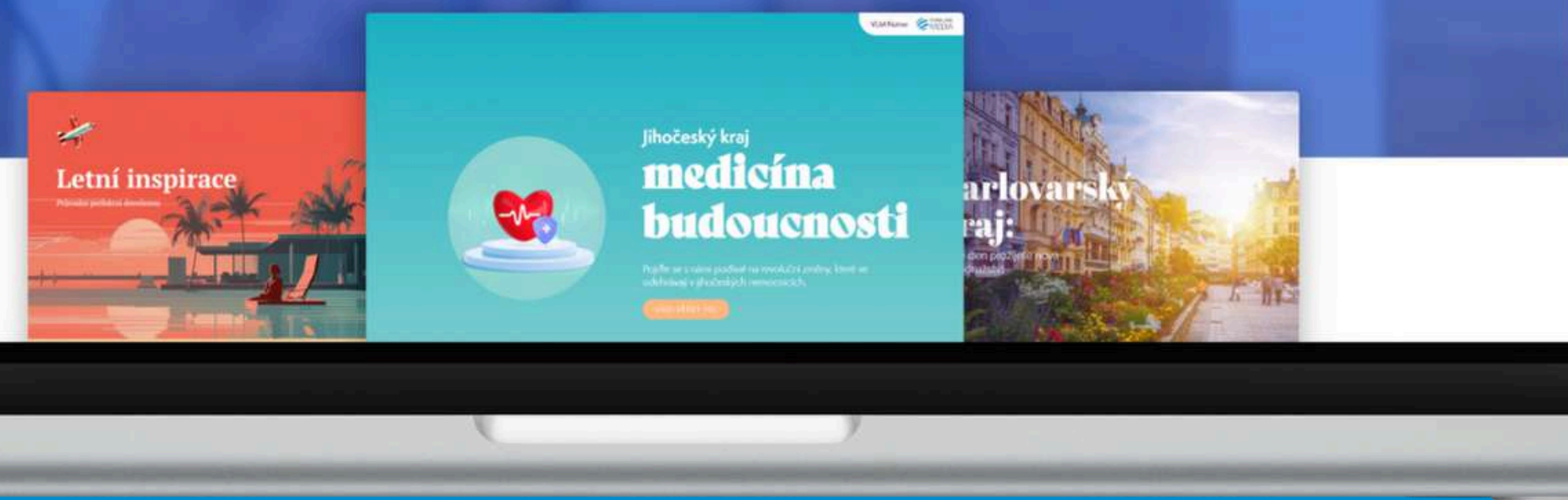
DOSTUPNÉ NA VŠECH WEBECH



VLM Native

Víme, jak upoutat čtenáře. Vaši cílovou skupinu nadchneme kvalitním a unikátním obsahem!

Populárně-naučná microsite pomáhá řešit problémy cílové skupiny. Je interaktivní a má garanci page views.



VLTAVA LABE MEDIA
NATIVNÍ
FORMÁTY
S GARANCÍ PAGE VIEWS

VLM NATIVE SOLO

VLM Native je obsáhlý formát nativní reklamy. Odliší vás od konkurence a zvýší důvěryhodnost u vaší cílové skupiny.

Jedinečný kreativně zpracovaný formát s řadou technických možností, interakcí a schopností udržet pozornost čtenáře. Vypadá jako interaktivní redakční speciál. Klient na čtenáře působí podprahově.

- cca 7 000 znaků včetně mezer
- 4 týdny na zpracování
- 4 týdny promo

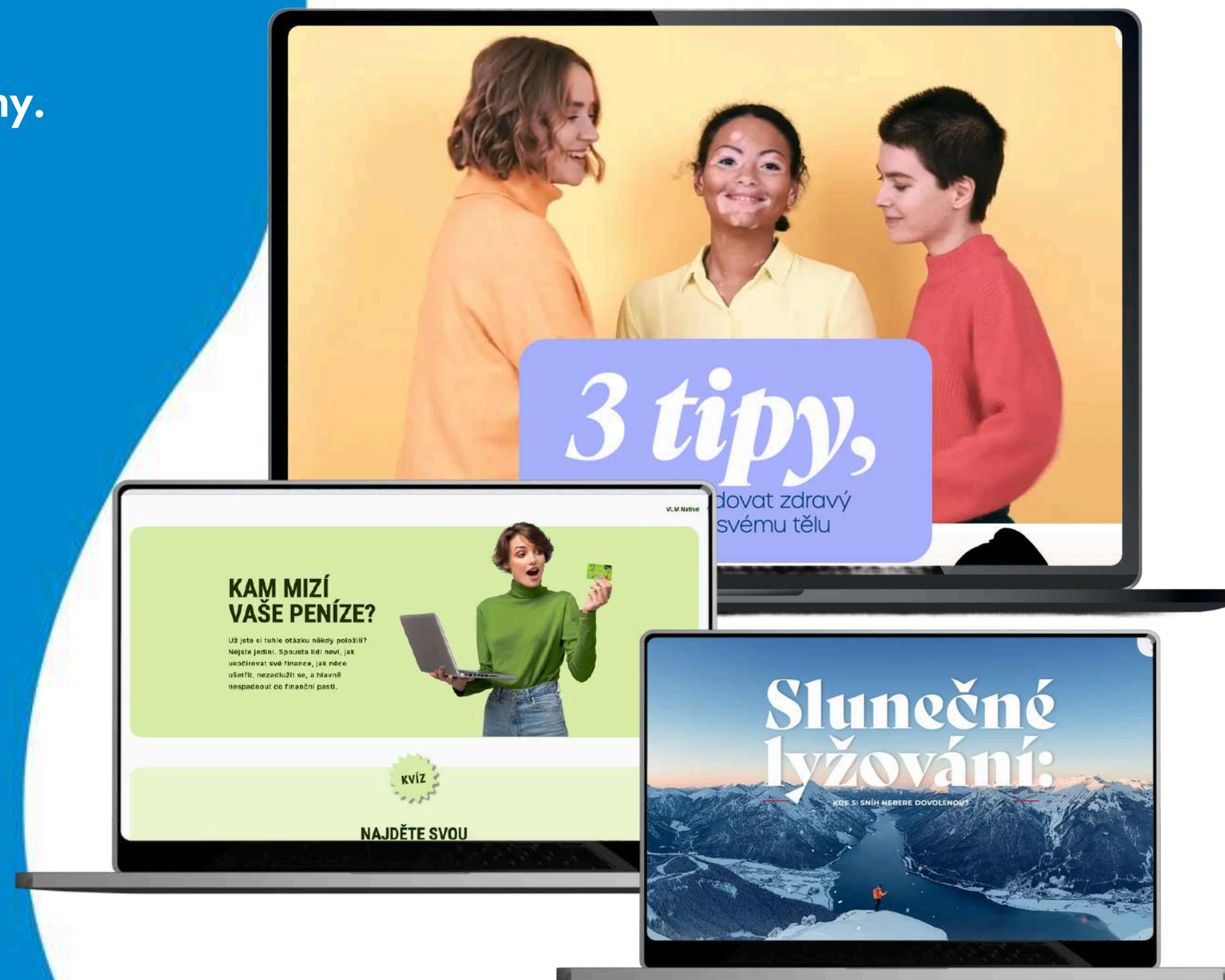
4

formáty v ceně

- Exkluzivní microsite pro 1 klienta
- Bannerové promo na webech VLM podle cílové skupiny, kompletně zpracované ve VLM
- Newsletter (podle tématu)
- Sociální síť (podle tématu)

20 000
garance pageviews
(lze si připlatit za
vyšší garanci)

Cena od
220 000 Kč



UKÁZKY VŠECH VLM NATIVE NALEZNETE NA:
www.vlmnative.cz

VLM NATIVE MODULAR

VLM Native je obsáhlý formát nativní reklamy. Její obsah inspiruje, vzdělává i baví zároveň.

Vymyslíme zasířešující téma, do kterého vaši značku citlivě zakomponujeme. Microsite je rozdělena na klientské moduly.

- Vypadá jako interaktivní redakční speciál.
- Obsahová microsite je rozdělená na klientské moduly (1 klient = 1 modul).
- Klienti na čtenáře působí nenásilně a podprahově (nejde o klasickou reklamu).
- Atraktivní zpracování: text a grafiku tvoří Creative Lab.
- Možnost využít odstupňovaných modulů (v závislosti na dané kampani).

3

formáty v ceně

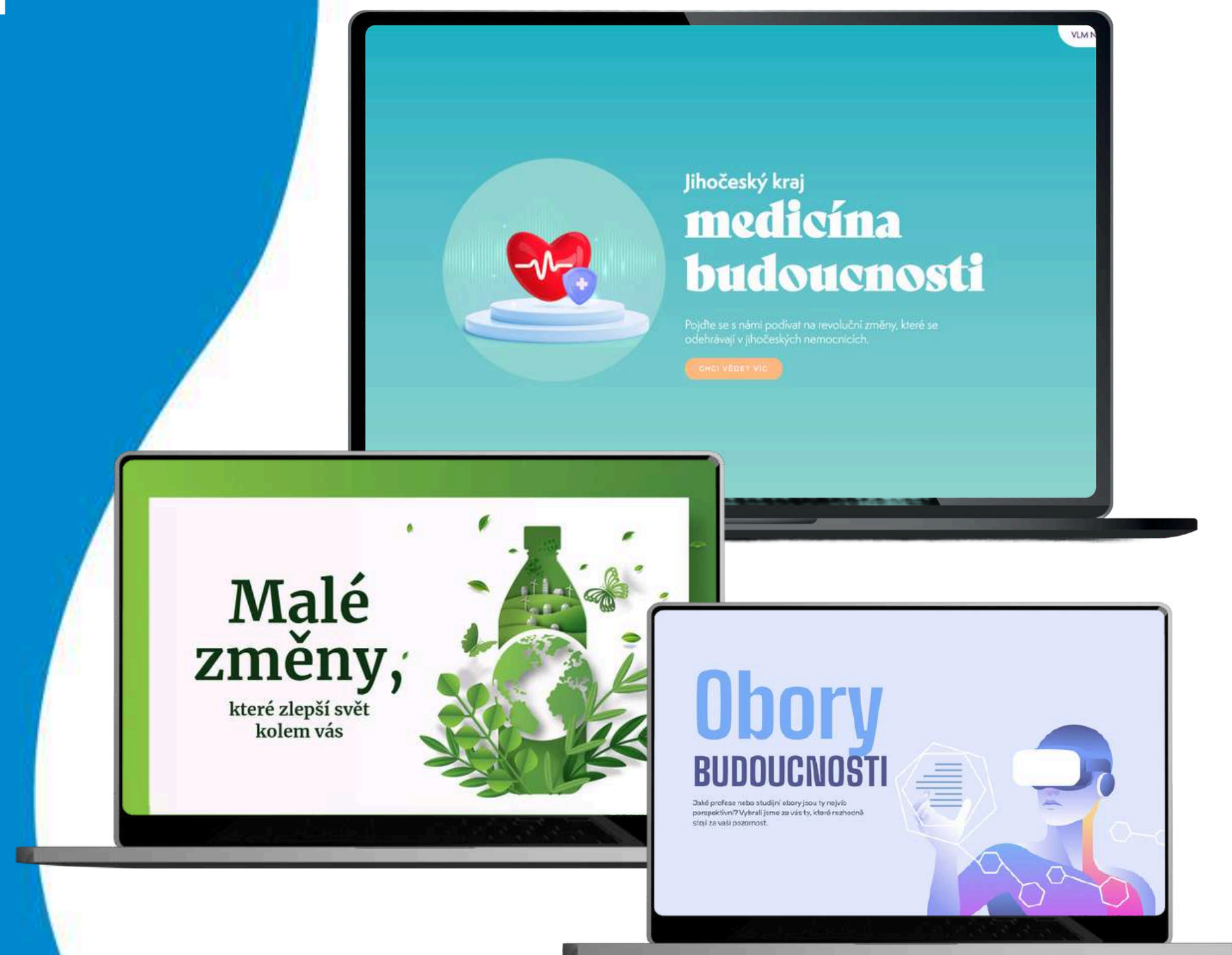
- Banerové promo na webech VLM podle cílové skupiny, kompletně zpracované ve VLM
- Newsletter (podle tématu)
- Sociální síť (podle tématu)

4

týdny promo

20 000

pageviews za online kampaň



UKÁZKY VŠECH VLM NATIVE NALEZNETE NA:
www.vlmnative.cz

NATIVE ADVERTORIAL

Nativní článek s garancí pageviews. Odliší vás od konkurence a zvýší důvěryhodnost u vaší cílové skupiny.

Vypadá jako redakční článek s podprahovým zapojením klienta. Umístění na vybraném online médiu VLM. Součástí je infografika nebo kvíz. Vymyslíme zastřešující téma, do kterého vaši značku citlivě zakomponujeme. Advertorial umístíme na vámi vybraném online médiu VLM.

- cca 4 000 znaků včetně mezer
- 2 týdny na zpracování

5

formátů v ceně
online native advertorial

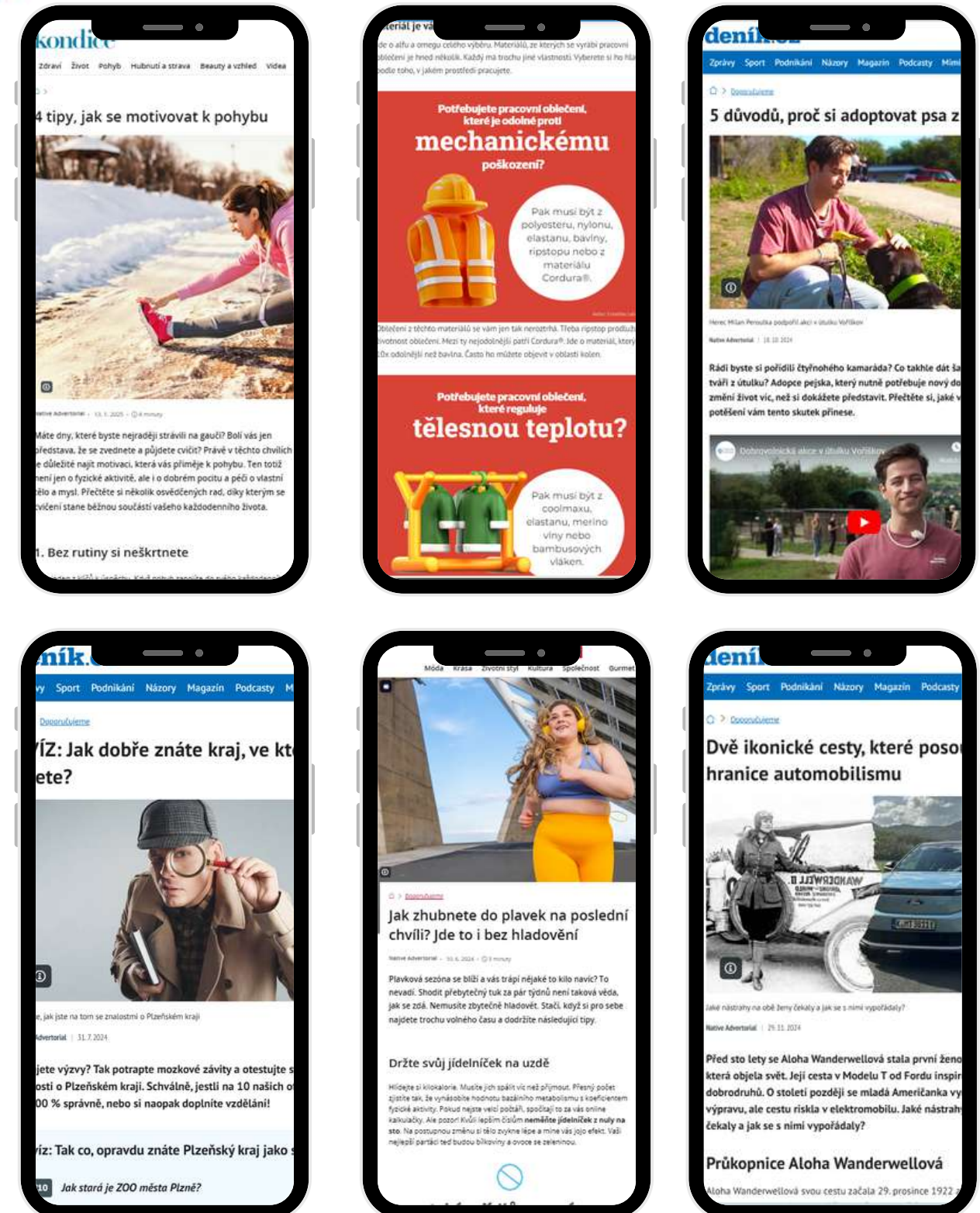
- + 1/8 v tisku celostátního Deník (mimo pátek)
- + 1 newsletter
- + 1 příspěvek na sociální síti (kromě sítí Deníku)
- + bannerová kampaň pro native advertorial

10 000
garance pageviews
pro online native
advertorial

Cena od
100 000 Kč

VLTAVA LABE MEDIA
CREATIVE LAB

Klikněte pro ukázkou:



Garanci PV lze upravit

NATIVE ADVERTORIAL

UKÁZKY 5 FORMÁTŮ V CENĚ

Advertorial s infografikou

deník.cz Zprávy Sport Podnikání Názory Magazin Podcasty

Češi přibírají. Proč se hýbeme méně a jak to změnit?



Pokud se nepodaří otočit trend neaktivity, Česko čeká pandemie obezity

Native Advertorial | 22. 5. 2025

Víte, že více než 60 % Čechů má nadváhu? Většina tvrdí, že se chce cítit dobře, ale čtyři z deseti se pravidelně nehýbou. Co za tím vězí? A co s tím?

Česko na gauči: V jakých krajích přestávají být lidé aktivní?

V některých krajích je sport součástí běžného dne, jinde se ale z pohybu stává vzácnost. Právě tam, kde lidé tráví víc času doma, hrozí zdravotní i ekonomické problémy nejvíc. Průzkum od MultiSport ukazuje, že rozdíly mezi regiony jsou větší, než byste čekali.

Kolik procent lidí sportuje ve vašem kraji?



Kraj	Procento
Liberecký	50%
Středočeský	48%
Plzeňský	46%
Ústecký	44%
Karlovarský	42%
Severozápadní	40%
Středomoravský	38%
Olomoucký	36%
Středočeský	34%
Plzeňský	32%
Liberecký	30%

Bannerová kampaň



NEMŮŽETE SE DONUTIT K POHYBU? ZKUSTE TOHLE!

O CO JDE?

1/8 v tisku celostátního Deník

Jak vytáhnout děti od obrazovek?

Společné aktivity, které rozhýbou celou rodinu

Mic dlouho leží v rohu a na kolo už sedá prach. Zato tablet s mobilem jedou na plný výkon. Dětský pohyb mizí z denního režimu a rodiče si čím dál víc všimají, že je to problém. Přitom někdy stačí málo – společný zážitek, který rozhýbe všechny.

KDYŽ JE MOBIL SILNĚJŠÍ NEŽ SVIHADLO

Moderní technologie jsou součástí každodenního života, nemůžete je vymazat. Ale když se z krátké pauzy u displeje stane několik hodin, nezbyvá prostor pro pohyb ani zážitky. Sedavý životní styl neškodí jen dospělým, ale také dětem. Může negativně ovlivnit jejich vývoj, soustředění i kvalitu spánku. Podle průzkumu společnosti MultiSport má téměř 19% rodičů obavy, že jejich dětem chybí pohyb. Přitom právě pohyb je to, co celé rodině prospívá nejvíce. Motivace ke změně často začíná u těch nejbližších – u vás. Rodiče jsou pro děti tím nejlepším příkladem. Když se hýbou oni, děti je následují. Důležité je, aby pohyb všechny bavil. A právě proto jsme dali dohromady několik tipů, které rozhýbou malé i velké.

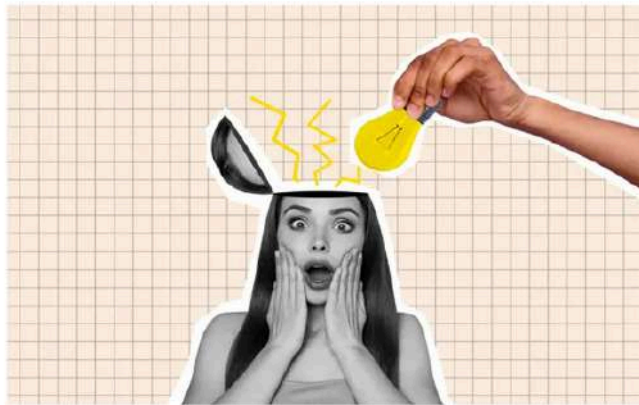
Kde si s MultiSport kartou zatancujete ve vašem kraji?

Kraj	Partnerská síť
Liberecký	Liberecký klub
Středočeský	Středočeský klub
Plzeňský	Plzeňský klub
Ústecký	Ústecký klub
Karlovarský	Karlovarský klub
Severozápadní	Severozápadní klub
Středomoravský	Středomoravský klub
Olomoucký	Olomoucký klub
Středočeský	Středočeský klub
Plzeňský	Plzeňský klub
Liberecký	Liberecký klub

NL s promo bannerem

iGlanc

Newsletter ze světa luxusu, který si můžete dopřát



Líbí se vám tyto tři barvy? Pak jste prý méně inteligentní. Patří sem i trendy odstíny roku 2025

Přečíst článek

60 % ČECHŮ MÁ NADVÁHU

CO S TÍM?

CHCI TO VĚDĚT

Tip od nás



Galerie: 20 nejhezčích košilových šatů. Proč si ženy s kilogramy navíc musí dát pozor na typ rukávů?

příspěvek sociální sítě

11:05

Časopis Glanc 2. 6. •

Češi přibírají. A není to jen o jídle.

Pohyb mizí z našich životů. A spolu s ním i energie, zdraví a dobrá nálada. Proč se hýbeme méně než dřív? A co s tím můžeme dělat?

Mrkněte na článek, který jde k jádru věci:

<https://pr.denik.cz/doporucujeme/cesi-pribiraji-proc-se-hybeme-mene-a-jak-to-zmenit.html>

#nativeadvertorial #spoluprace



ČEŠI PŘIBÍRAJÍ: PROČ SE HÝBEME MÉNĚ?

A JAK TO ZMĚNIT?

Napište komentár...

SHOWCASE

Cílení na vybrané publikum

Oslovíme afinitní skupinu napříč weby VLM a sociální sítě.

Obsah zaměřený na produkt

Na rozdíl od nativních formátů, které připomínají redakční speciál, Showcase **microsite** je na první dobrou o klientově produktu. Text **píše Creative Lab** (cca 3 000 znaků vč. mezer). Obsah je poutavý a **inspiruje, jak produkt využít**.

Lifestyle fotografie

Showcase staví na **vizuálně atraktivních lifestyle fotkách s produktem**. Pokud je klient nemá, Creative Lab je za příplatek může nafotit.

Pod záštitou média VLM

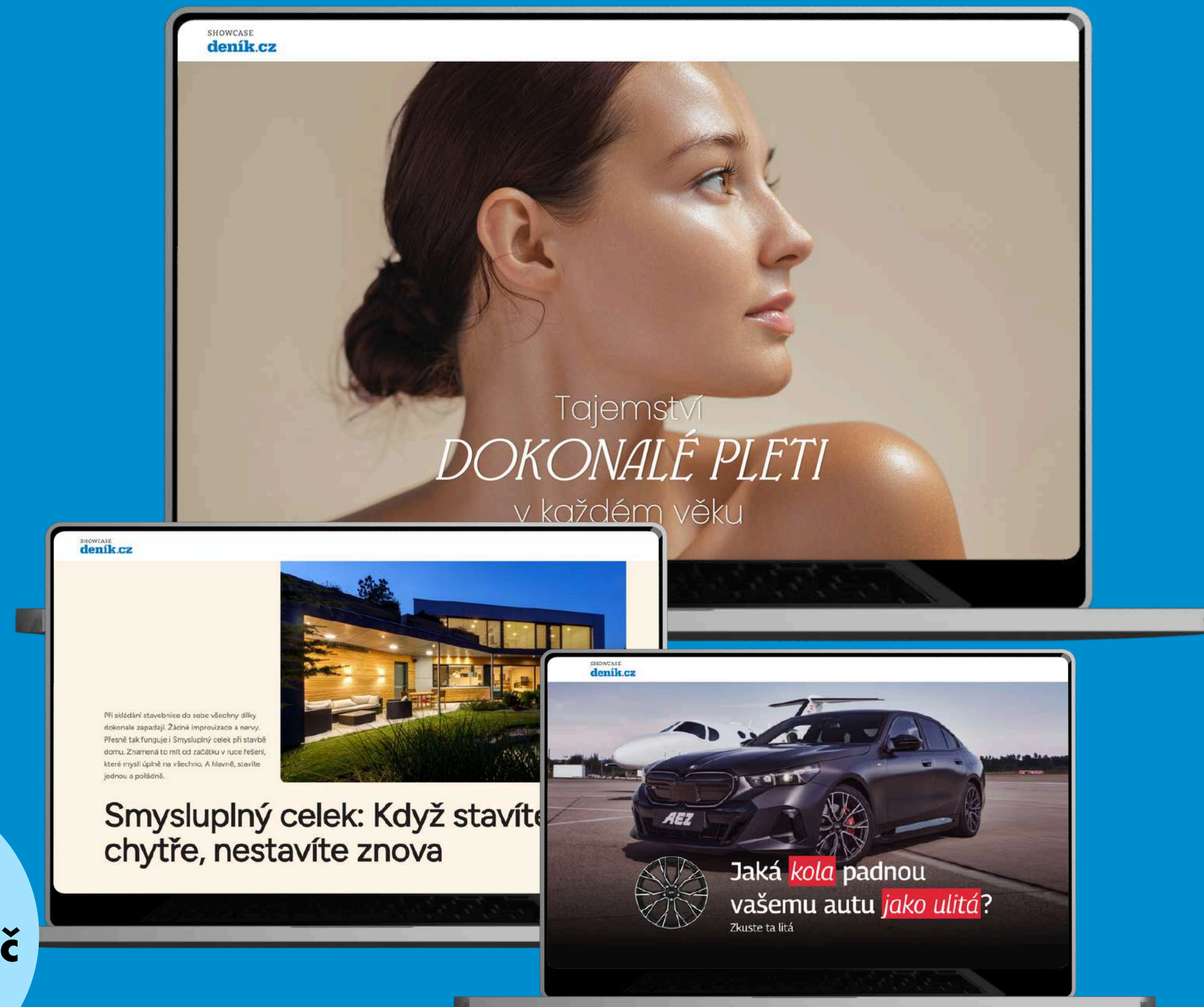
Showcase využívá sílu renomovaného média VLM pro větší dosah a důvěryhodnost.

Klíčová slova

V obsahu microsite použijeme klíčová slova důležitá pro daný produkt.

Cena od
100 000 Kč

Garance PV dle dohody.





VLTAVA LABE MEDIA
DVOJKA
VE SLEDOVÁNÍ VIDEÍ*

*v České republice

PR VIDEO

Video na míru dle zadání a požadavků klienta. Video má reklamní charakter, může obsahovat CTA. Z videa je střižen pre-roll, který poutá na plnou verzi videa v PR článku.

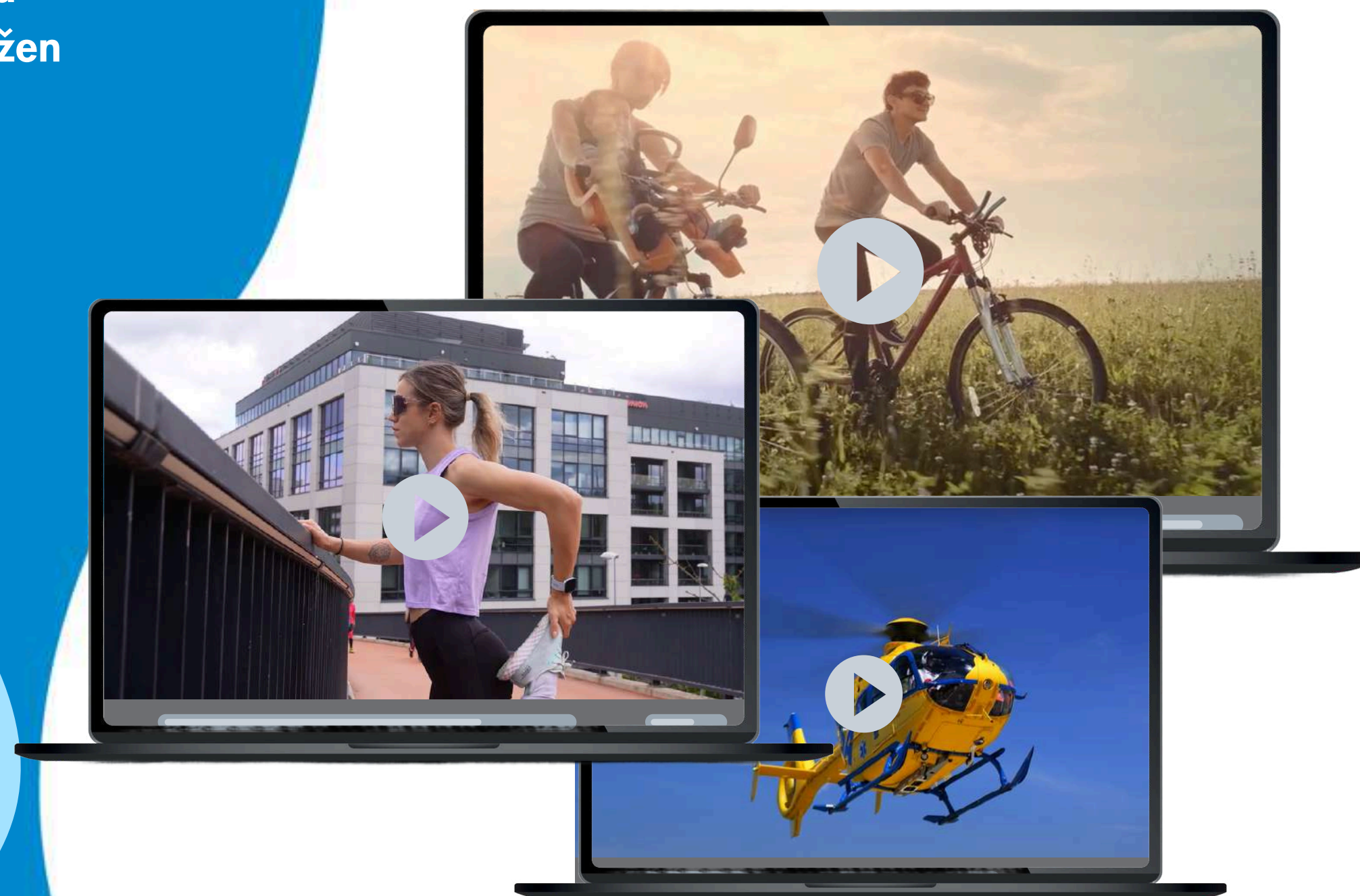
FORMÁTY : PR video, Reportáž, Produktové video, Rozhovor, Anketa, Testování.

Co zajistíme

- produkční příprava
- námět
- tvorba scénáře
- 4 h čistého času natáčení
- režie
- kamera
- produkce na natáčení
- natáčení voiceoveru (dabing)
- střih 8 h
- práva na hudbu

Mediální prostor v ceně

- Umístění v PR článku dle výběru.
- Display video pre-roll ve VLM Pack
- Imprese pro pre-roll: 100 000
- Video i pre-roll zůstávají klientovi pro další užití.



CENA BALÍČKU PR VIDEO: 100 000 Kč

PRE-ROLL BASIC

Výroba videoreklamy s dedikovaným reklamním prostorem v rámci VLM.

A) SLIDESHOW

Animovaná prezentace fotografií produktů, služby, destinace nebo dalších věcí spojených s produktem klienta.

nebo formou

B) 2D ANIMACE

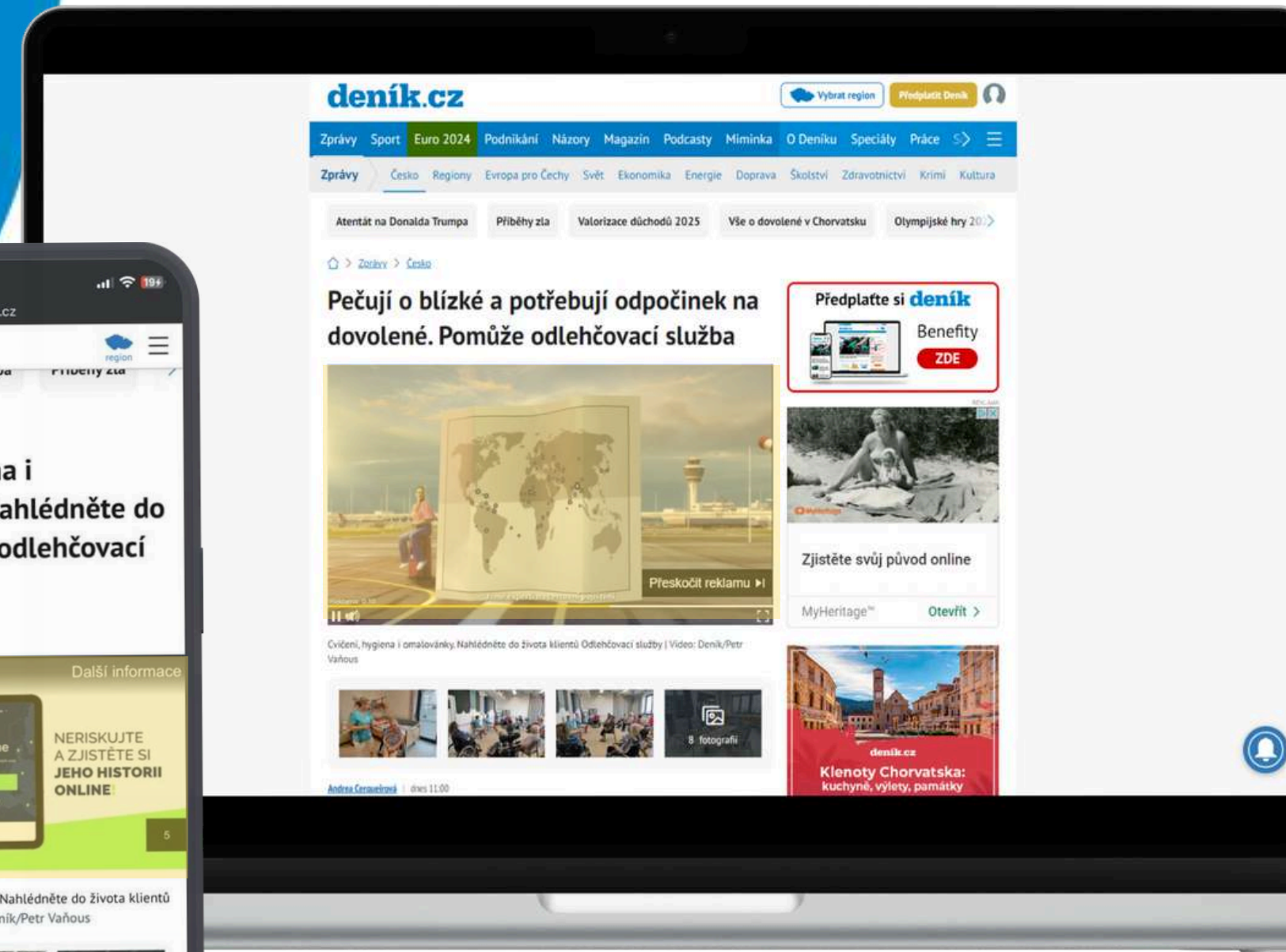
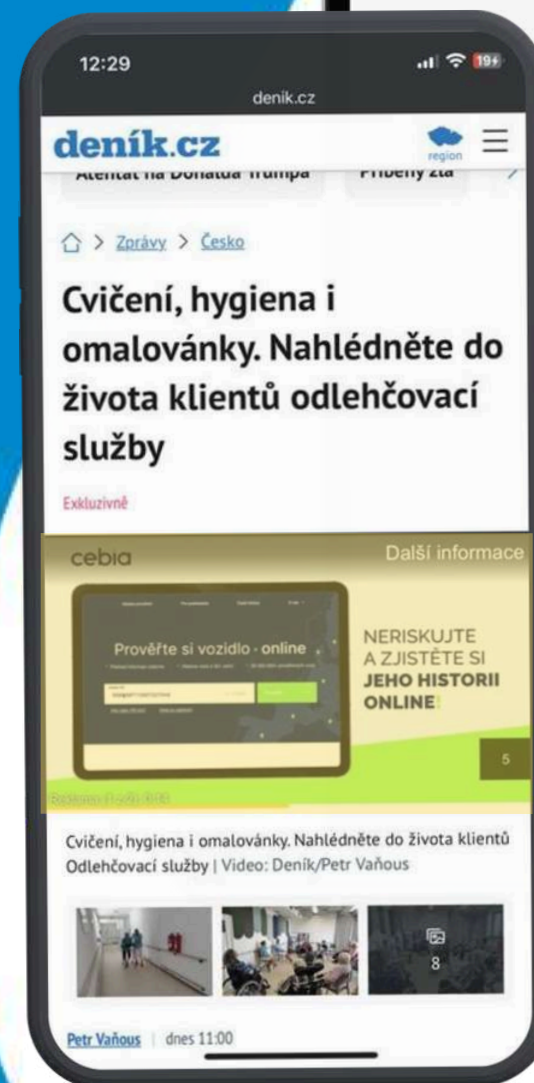
Animace složená z dodaných podkladů (např. fotek) od klienta, které se spojí s vhodným textem, hudbou a motion grafikou.

Co zajistíme

- práva na fotografie z fotobanky
- produkční přípravu
- tvorbu scénáře
- koncept (ideu)
- voiceover (dabing)
- střih, animace
- práva na hudbu
- titulkování

Mediální prostor v ceně

- VLM Pack
- Imprese: **500 000**
- **Video zůstává klientovi pro další užití.**



CENA BASIC: 70 000 Kč

PRE-ROLL STANDARD

Výroba videoreklamy s dedikovaným reklamním prostorem v rámci VLM.

PRE ROLL NA MÍRU

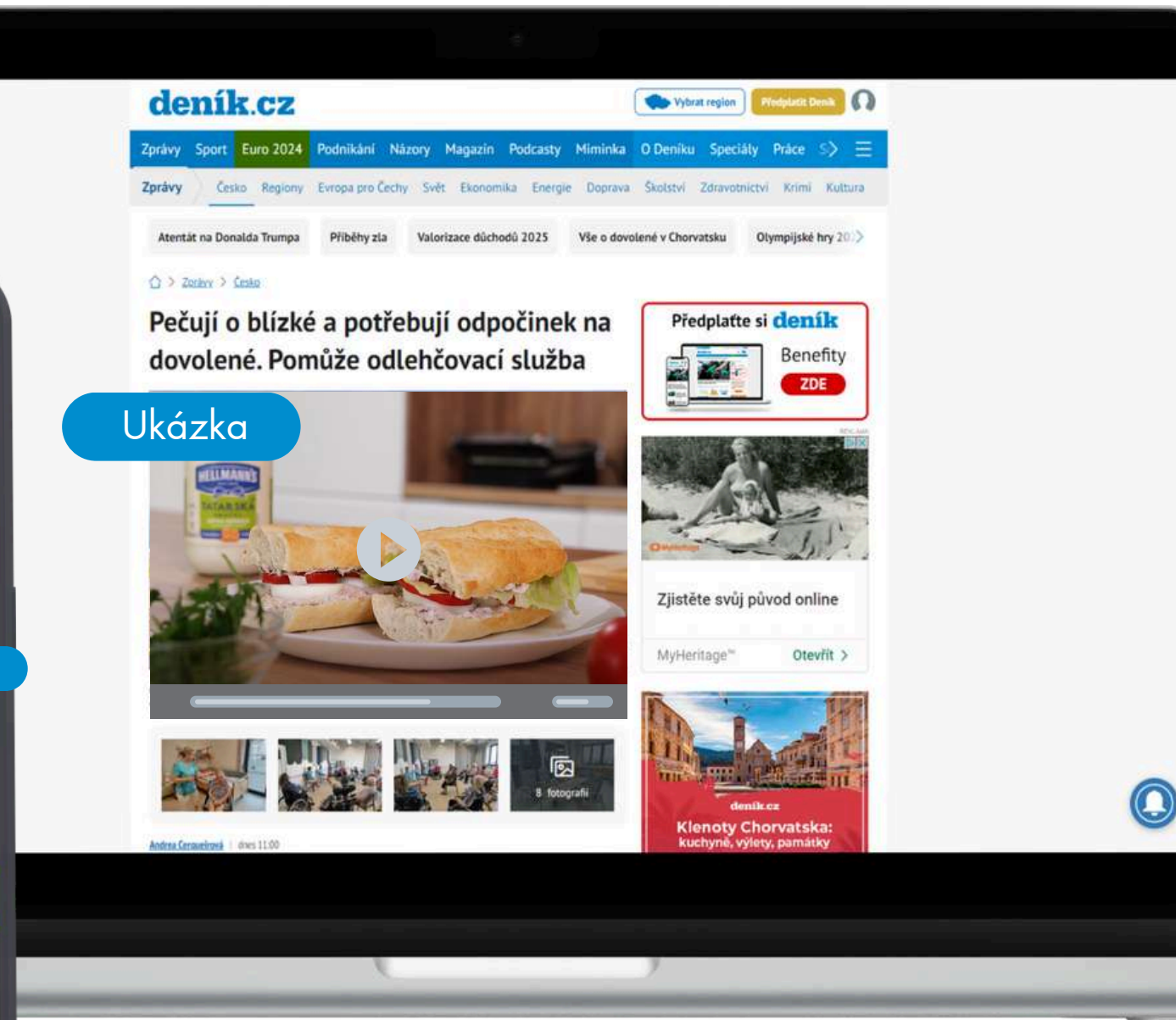
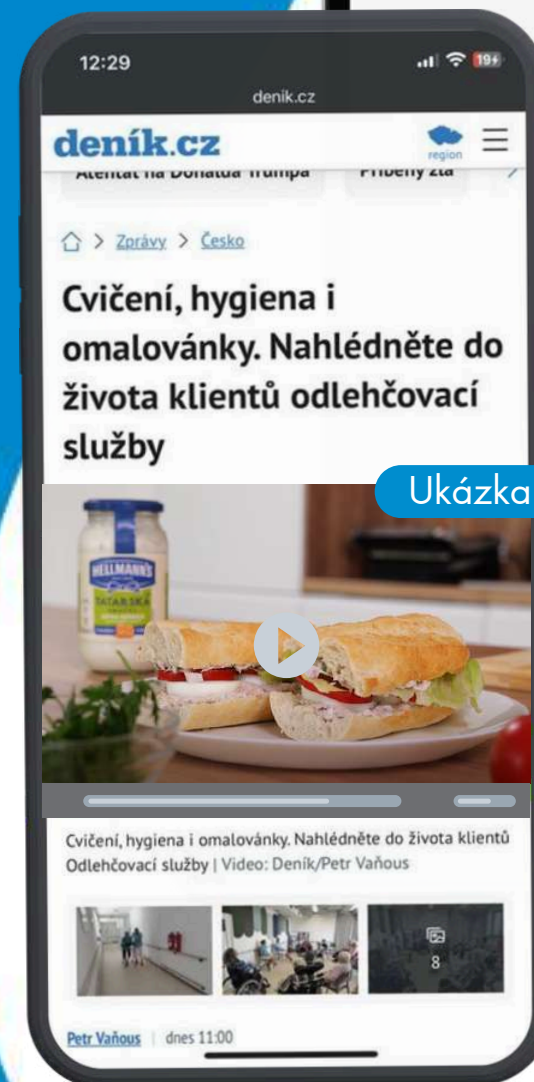
Výroba zahrnuje natáčení v prostoru klienta. Záběry jsou z autentické výroby, provozovny nebo se jedná o produktové natáčení. Ve videu může (nemusí) vystupovat účinkující. Video je podloženo voiceoverem a hudbou.

Co zajistíme

- produkční příprava
- 3 h čistého času natáčení
- tvorba scénáře
- koncept (idea)
- režie
- kamera
- produkce na natáčení
- natáčení voiceoveru (dabing)
- střih 6h
- práva na hudbu
- titulování

Mediální prostor v ceně

- VLM Pack
- Imprese: 500 000
- **Video zůstává klientovi pro další užití.**



CENA BASIC: 85 000 Kč

BRANDED VIDEO

Nativní formát videa. Jedná se o zpracování tématu nezávislým, redakčním nebo populárně-naučným způsobem. Video nesmí obsahovat CTA, ale produkt/služba klienta se může ukázat ve formě pasivního/aktivního product placementu, nebo účasti klienta formou rozhovoru přímo ve videu. Tento formát pomáhá klientovi budovat pozitivní vnímání značky nebo služby.

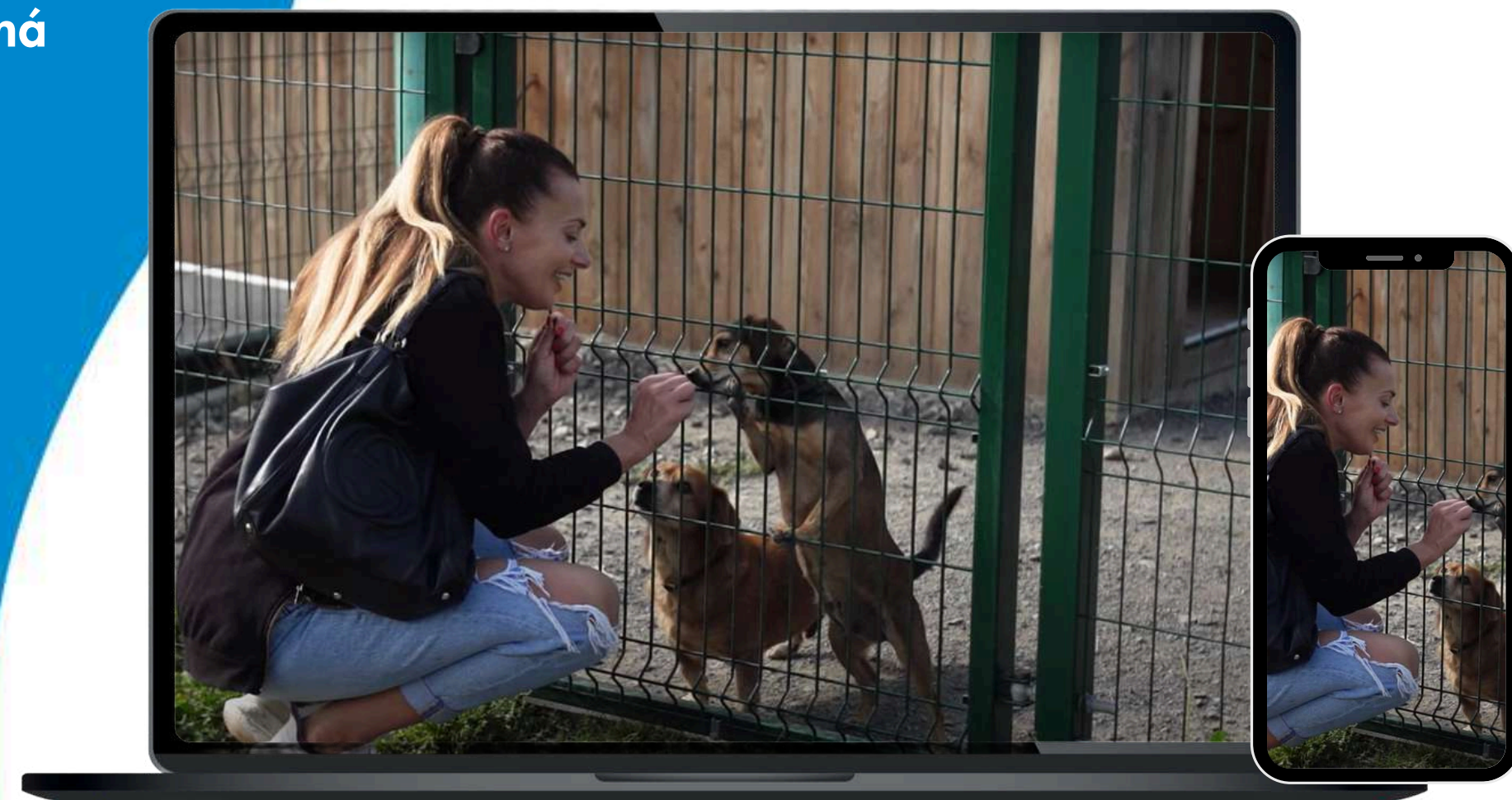
V ceně

- produkční příprava
- námět
- tvorba scénáře
- 8 h čistého času natáčení
- režie
- kamera
- produkce na natáčení
- natáčení voiceoveru (dabing)
- střih 16 h
- práva na hudbu

Mediální prostor

- Umístění v článku pod tagem "Branded video".
- Display video ad pre-roll VLM Pack
- Imprese: 100 000
- 1 příspěvek na vybrané profilu na SoMe z VLM portfolia (teaser na celý díl).
- Video klientovi nezůstává k vlastnímu užití.

Klikněte pro ukázkou:



CENA BRANDED VIDEO: 100 000 Kč

Při objednání série videí je možná množstevní sleva.

VIDEO NA SOCIÁLNÍ SÍTĚ

Balíček reels

Balíček obsahuje:

1x Reels/Feed video na klíč.

Publikaci na vybraném profilu z portfolia VLM.

Garantovaný zásah příspěvku 50 000.

Video klientovi zůstává pro vlastní užití na jeho sociálních sítích nebo webu.

[UKÁZKA ZDE.](#)

Co zajistíme

Produkční příprava, námět, tvorba scénáře, 2 h čistého času natáčení, režie, kamera, produkce na natáčení, natáčení voiceoveru (dabing), střih 4 h, práva na hudbu.

CENA BALÍČEK REELS: 40 000 Kč



VIDEO NA SOCIÁLNÍ SÍTĚ

Balíček reels a stories

Balíček obsahuje:

- 1x Reels/Feed video na klíč.
- Publikaci na vybraném profilu z portfolia VLM.
- Garantovaný zásah příspěvku 50 000.
- 3–5 výstupů do stories na vybraném profilu.
- Video klientovi zůstává pro vlastní užití na jeho sociálních sítích nebo webu.

V ceně

Produkční příprava, námět, tvorba scénáře, 4 h čistého času natáčení, režie, kamera, produkce na natáčení, natáčení voiceoveru (dabing), střih 8 h, práva na hudbu.

Klikněte pro ukázkou:



CENA BALÍČEK REELS A STORIES: 90 000 Kč

VIDEO POŘADY

Nabízí rozhovory s úspěšnými podnikateli i zajímavými osobnostmi přicházejícími s nevšedními nápady.

Byznys Kafe

Jan Klička a jeho hosté z oblasti byznysu debatují o jejich podnikatelských příbězích, úspěších a neúspěších, ale také o ekonomice a aktuálním dění v jejich segmentu podnikání.

Videopořad Desítka

Pořad natáčený ekonomickou redakcí Deník.cz.

V maximálně deseti minutách se dozvíte deset odpovědí na deset otázek. Své hosty zpovídá v jednotlivých dílech Desítky vždy jeden ze čtveřice moderátorů: Žaneta Navrátilová, Hana Malinová, Jiří Štraub a Martin Nevyjel.

DOSTUPNÉ NA WEBECH:

Byznys kafe — Deník.cz

Videopořad Desítka — Deník.cz

Branding



Videopořad Desítka

Byznys Kafe



VLTAVA LABE MEDIA

OSTATNÍ

ONLINE FORMÁTY

PR ČLÁNEK

PR článek propaguje určitý produkt, službu, firmu či cokoliv jiného.

OBEZNÁ PRAVIDLA PRO VÝROBU REKLAMNÍCH FORMÁTŮ

Technické parametry pro vybrané servery:

Denik.cz

Rozměr obrázku: 900x600

nadpis – max 80 znaků vč. mezer

perex – max 100 znaků vč. mezer

text článku – 2 000 znaků

Dotyk.cz

Rozměr: 900x600

nadpis – max 70 znaků vč. mezer

perex – max 80 znaků vč. mezer

text článku – 2 000 znaků

Dumazahrada.cz

úvodní fotka ideální formát 640x360

nadpis – max 80 znaků vč. mezer

text článku – 2 000 znaků

iGlanc.cz

Rozměr: 630x350

nadpis – max 80 znaků vč. mezer

perex – max 150 znaků vč. mezer

text článku – 2 000 znaků

Vlasta.cz

Rozměr: 640x360

nadpis – max 80 znaků vč. mezer

text článku – 2 000 znaků

iReceptar.cz

Rozměr fotek:

1. pozice 630x350

2. pozice 600x440

nadpis – max 60 znaků vč. mezer

perex – max 120 znaků vč. mezer

text článku – 2 000 znaků

Kafe.cz

Rozměr: 630x350

nadpis – max 80 znaků vč. mezer

perex – max 150 znaků vč. mezer

text článku – 2 000 znaků

Kondice.cz

Rozměr: 900x600

nadpis – max 80 znaků vč. mezer

perex – max 100 znaků vč. mezer

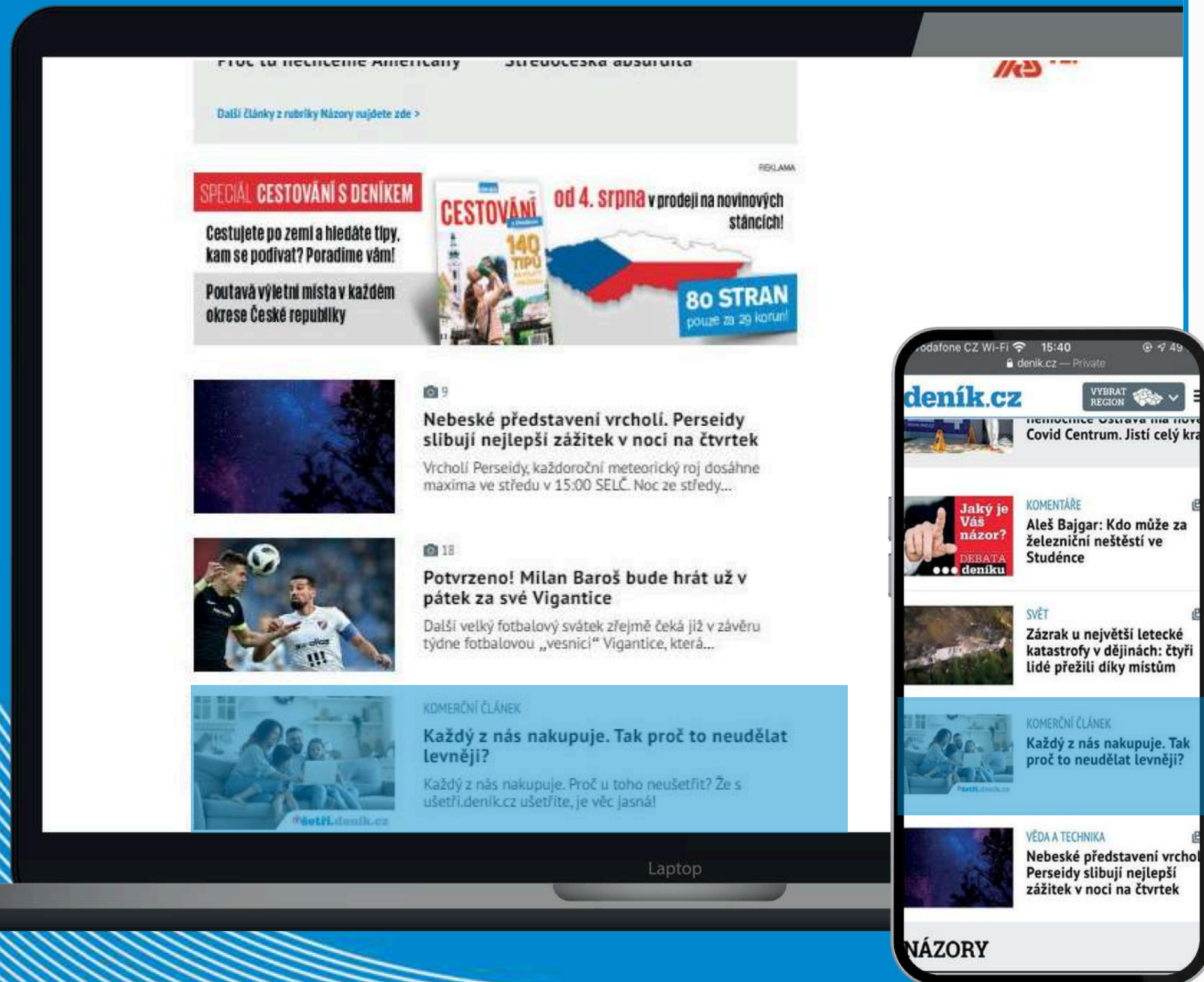
text článku – 2 000 znaků

Květy.cz

Rozměr: 640x360

nadpis – max 80 znaků vč. mezer

text článku – 2 000 znaků



NATIVNÍ INZERÁT

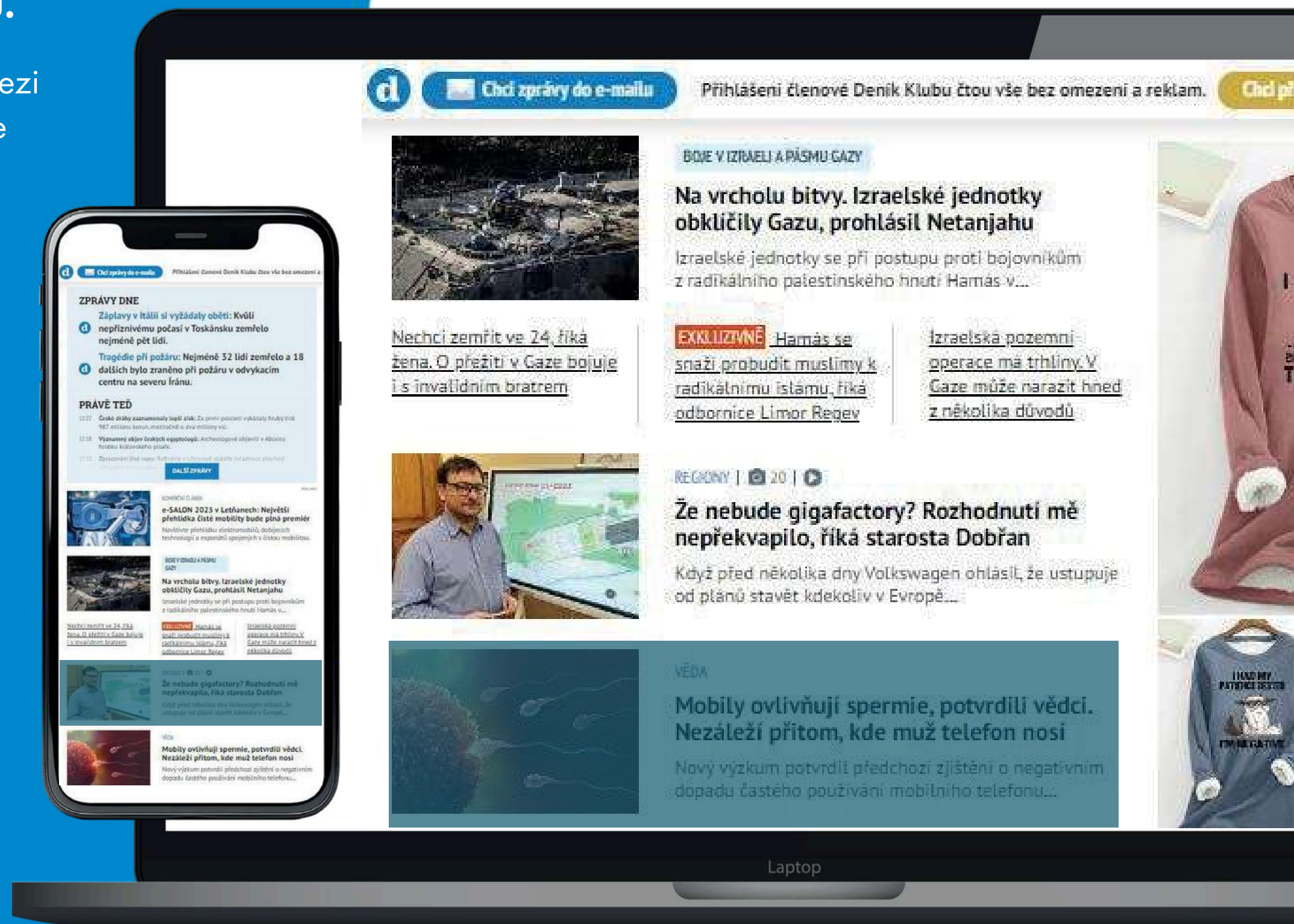
Formát, který je součástí obsahové části webu a uživatel jej vnímá jako přirozenou součást obsahu.

Nativní inzerát využívá svého umístění přímo v obsahové části mezi redakčními články. Pokud dobře navrhnete textaci inzerátu, stane se z tohoto formátu výkonný tahoun vaší kampaně.

Doporučení: titulek musí obsahovat max 80 znaků včetně mezer a podnadpis max. 90 znaků včetně mezer.

- **FORMÁT:** IMG (JPG, PNG) + text
- **ROZMĚR:** 900x600 px
- **MAX DATOVÁ VELIKOST:** 100 kB

DOSTUPNÉ NA WEBECH:
Denik.cz



SOUTĚŽE

Zaujměte návštěvníky Denik.cz a představte svůj produkt nebo službu hravou formou.

Více než 20 350 000 návštěv za měsíc v celostátním vykrytí.
Oslovení všech socioekonomických skupin, převážně A a B.

VÝHODY SOUTĚŽE

- Soutěž je nasazena na Denik.cz po dobu 1 týdne (po-ne)
- Klientovi je předán seznam soutěžících pro marketingové účely
- Soutěž bude poutána na stránkách Denik.cz
- Odpovědi na otázky hledá soutěžící na stránkách klienta (zvýšení návštěvnosti a povědomí o společnosti)

PODMÍNKY SOUTĚŽE

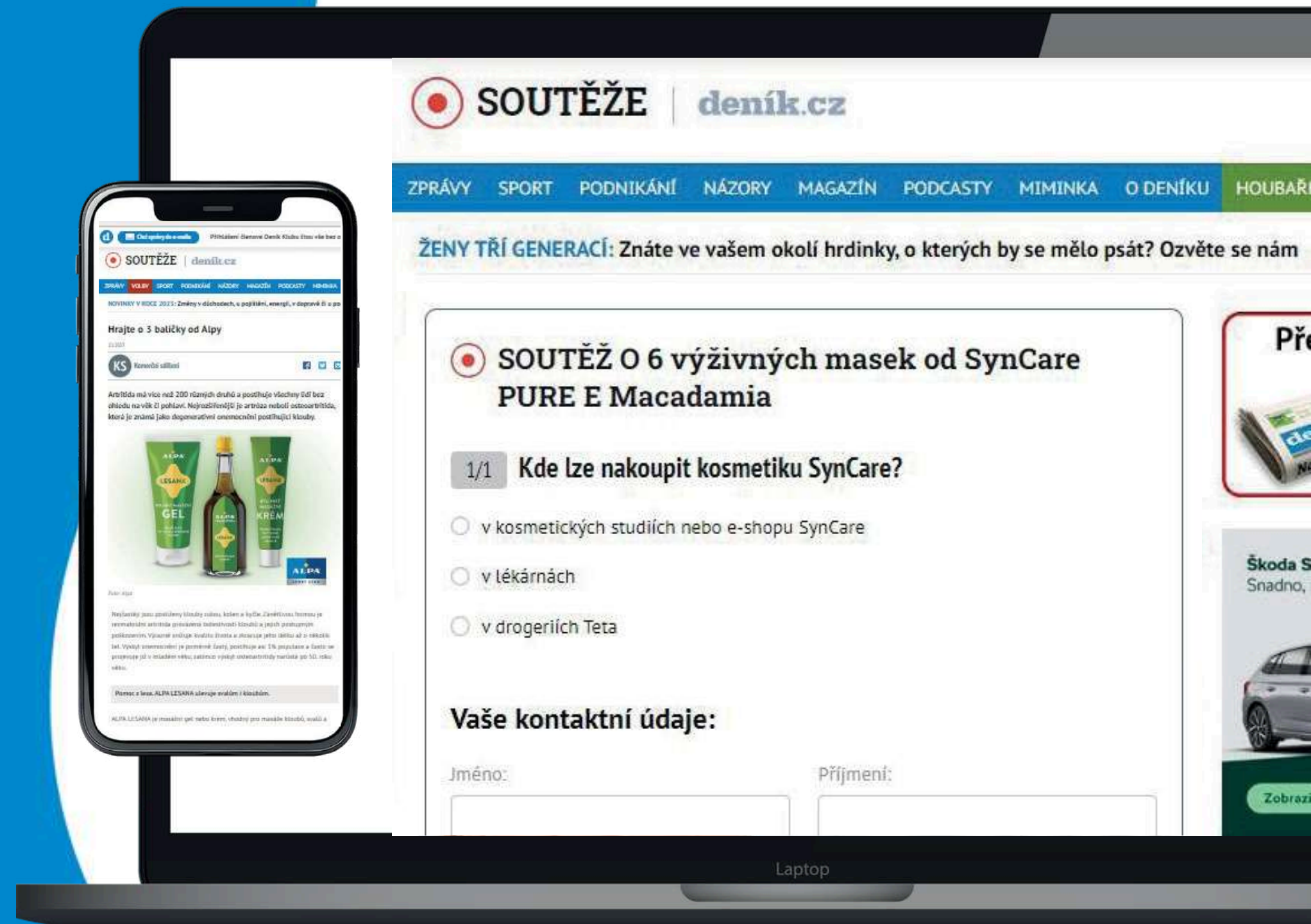
- Klient připraví PR článek dle požadovaných specifik
- Klient předá soutěžní otázky (výběr jedné správné odpovědi ze tří možností)
- Vyhodnocení soutěže provádí marketingové oddělení VLM
- Při předání seznamu soutěžících podepisuje klient potvrzení o nakládání s daty dle GDPR

CENA ZA SOUTĚŽE

- 12 000 Kč + věcné ceny do soutěže v hodnotě do 2 000 Kč
- 10 000 Kč + věcné ceny do soutěže v hodnotě do 5 000 Kč
- 8 000 Kč + věcné ceny do soutěže v hodnotě nad 5 000 Kč

DOSTUPNÉ NA WEBECH:

- Denik.cz a 70 lokálních mutací webu Denik.cz



PODCASTY

Nabízí spojení s love brandem a využití všech crosmediálních kanálů. Pořady mají vlastní sekci, kde jsou publikované články s podcastem.

iReceptar.cz

- cross device branding (v článku s podcastem)
- 2 doprovodný článek
- square — 100.000 impresí (floatingová kampaň)
- s cílením na ireceptar.cz a Denik.cz
- 1/6 produktový tip v tištěném časopise

Kondice.cz

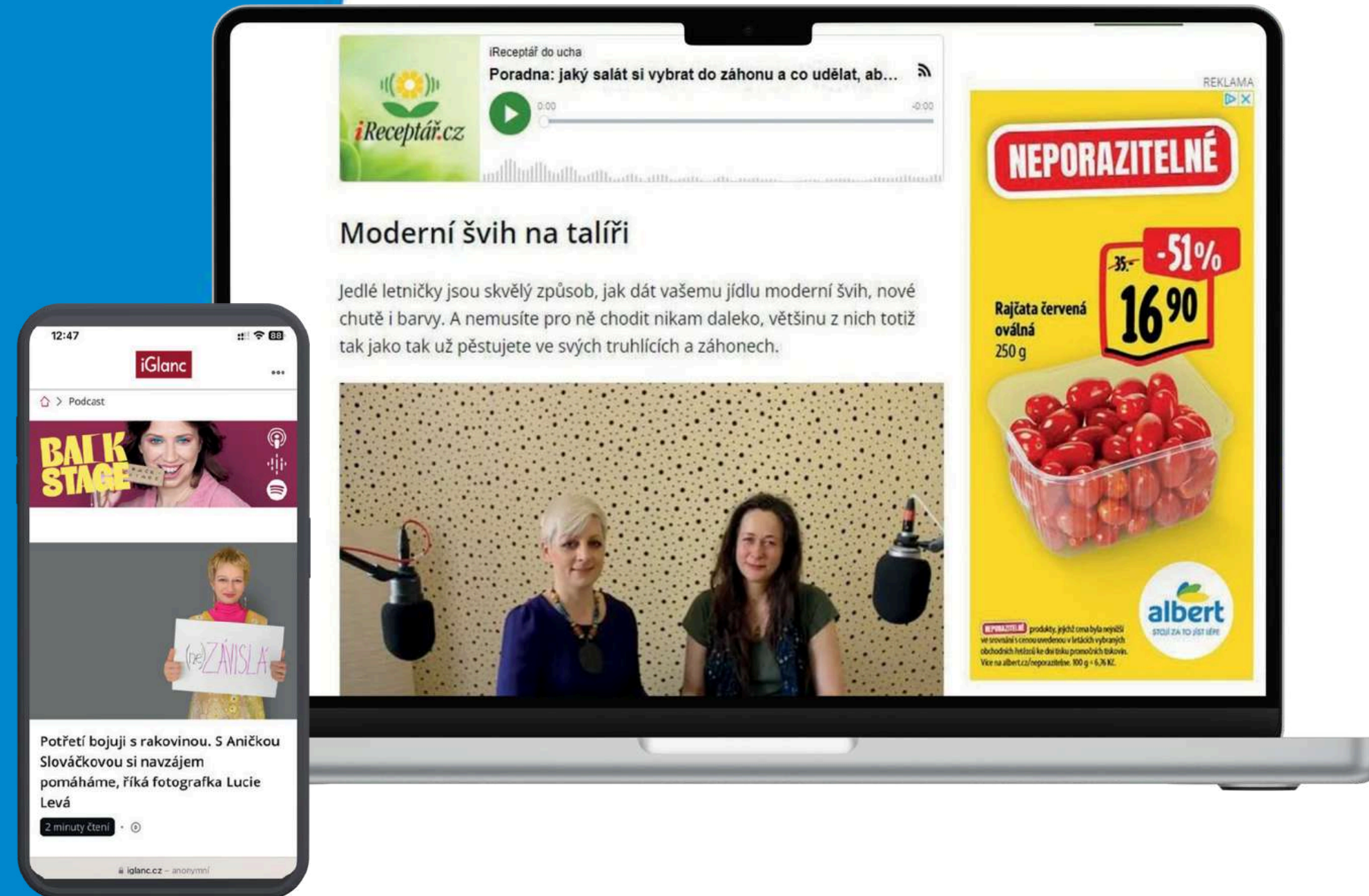
- cross device branding (v článku s podcastem)
- 1 doprovodný článek
- square — 100.000 impresí (floatingová kampaň s cílením na kondice.cz)
- 1/8 produktový tip v tištěném časopise

iGlanc.cz

- cross device branding (v článku s podcastem)
- 1 doprovodný článek

DOSTUPNÉ NA WEBECH:

iReceptář.cz, iGlanc.cz, Kondice.cz, Denik.cz



VLM KVÍZY

Představují interaktivní formát, přinášející čtenářům zábavu i poučení.

Interaktivní formát, který dosahuje vysoké míry zapojení uživatelů, kteří stráví s obsahem delší dobu. Produkty doporučuje nenápadným způsobem a informace předává podprahově. Nabízíme možnost propojení s následujícím PR článkem.

VÝHODY VLM KVÍZŮ:

- Není omezená doba, po kterou je kvíz aktivní
- Vytvoření na míru, redakční návrh odpovídající zaměření webu

NABÍZÍME 2 ZÁKLADNÍ VARIANTY:

- Není omezená doba, po kterou je kvíz aktivní
- Vytvoření na míru, redakční návrh odpovídající zaměření webu

DOSTUPNÉ NA WEBECH:

Denik.cz, iGlanc.cz, Vlasta.cz, Kafe.cz



1

Kvíz: Jak dobře znáte večerníčky?

1/10

Večerníček je zhruba desetiminutový večerní televizní pořad s pohádkovým nebo jiným příběhem určeným pro děti, který se vysílá v předpokládaný čas jejich uléhání do postele. Kdy se začal pravidelně vysílat?

☐ v lednu 1965

☐ v červenci 1970

☐ v červnu 1960

Pokračovat

2

2/10

A ještě jednou historie Večerníčku. Jeho předchůdce byl pořad:

☐ Zrcátko na dobrou noc

☐ Děti pojďme spát

☐ Stříbrné zrcátko

Pokračovat

SOUVISEJÍCÍ ČLÁNKY

- > KVÍZ: Před 100 lety se narodil Jiří Šlitr. Co vše víte o tomto hudebním géniovi?
- > KVÍZ: Poznáte evropský stát podle indicí? Měl by to zvládnout každý Čech
- > KVÍZ: Z diktátů pro deváčky. Testy Cermatu se blíží. Najdete chybu ve větě?

3

7/10

Kdo by neznal večerníček Maxipes Fik. Jednou, těsně potom, co se naučil mluvit, vypil celý sud piva. A od té doby už nerostl. Přerostlého mluvícího psa dostala jedna malá holčička. Pamatujete si její jméno?



☐ Kája

☐ Ája

☐ Pája

4

Kvíz: Jak dobře znáte večerníčky?

Váš výsledek:

8 správných a 2 chybné odpovědi.

Sdílet výsledek:  

Gratulujeme. Večerníček a jeho pohádky vám nejsou cizí. Skvělý výkon!

Zopakovat kvíz

Vyzkoušejte si další kvízy



...ejdeme se U Proroka. V ...eratově se utkají týmy v ...ohádkovém kvízu

NEWSLETTERY

Redakční materiály zasílané na uživatele přihlášené k odběru.

- Umožňují propagaci produktů/služeb nativní formou.
- Možno samostatně nebo v kombinaci s dalšími obsahovými formáty.
- 99 % lidí kontroluje denně svoji emailovou schránku 50 % lidí kontroluje svoji schránku více než 10x denně.
- 59 % lidí připouští, že je informace zaslané mailem ovlivňují při nákupech.

Výhody newsletterů:

- Informace zasílané uživatelům v souladu s jejich preferencemi.
- Nadprůměrné hodnoty OR a CTR.

NAŠE NEJÚSPĚŠNĚJŠÍ NEWSLETTERY:

DENÍK

Šéfredaktorův výběr: 95 445
odběratelů (pracovní dny)

RECEPTÁŘ

48 789 odběratelů (2x týdně)

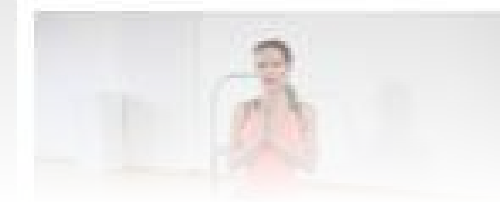
KONDICE

20 490 odběratelů (2x týdně)

Prostor pro clientské promo

desktop: 580 x 386 px
mobil: 300 x 200 px

Ukázka NL kondice.cz



Ukázka NL kafe.cz

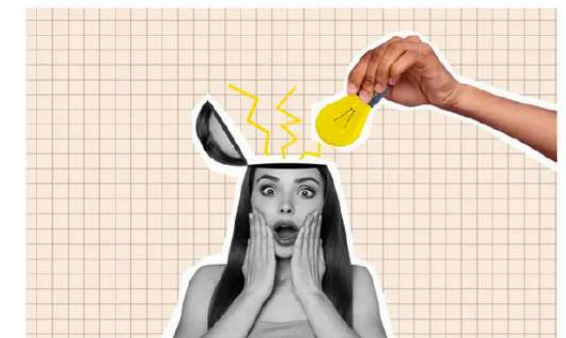
Kafe.cz



Ukázka NL iGlanc.cz

iGlanc

Newsletter ze světa luxusu, který
si můžete dopřát



Líbí se vám tyto tři barvy? Pak jste prý méně
inteligentní. Patří sem i trendy odstíny roku 2025

Přečíst článek



Tip od nás



Galerie: 20 nejhezčích
košilových šatů. Proč si ženy s
kilogramy navíc musí dát pozor
na typ rukávů?

Přečíst článek

Nejčtenější



Batman, Iceman, Jim Morrison i
hlas KITTY: Val Kilmer měl
spoustu lásek, odešel však
zločinný a osamělý



„Slušňák“ Michal z Ulíco: Karol
Klement má díky své roli jasno v
tom, co v životě rozhodně
nechce dělat

SOCIÁLNÍ SÍTĚ

Vydavatelství Vltava Labe Media aktivně využívá sociální sítě ke komunikaci a sdílení obsahu.

Nabízíme inspirativní a jednoduchý způsob vyprávění vašeho příběhu, který připravíme na míru a pomůžeme vám dosáhnout vašich cílů.

FACEBOOK

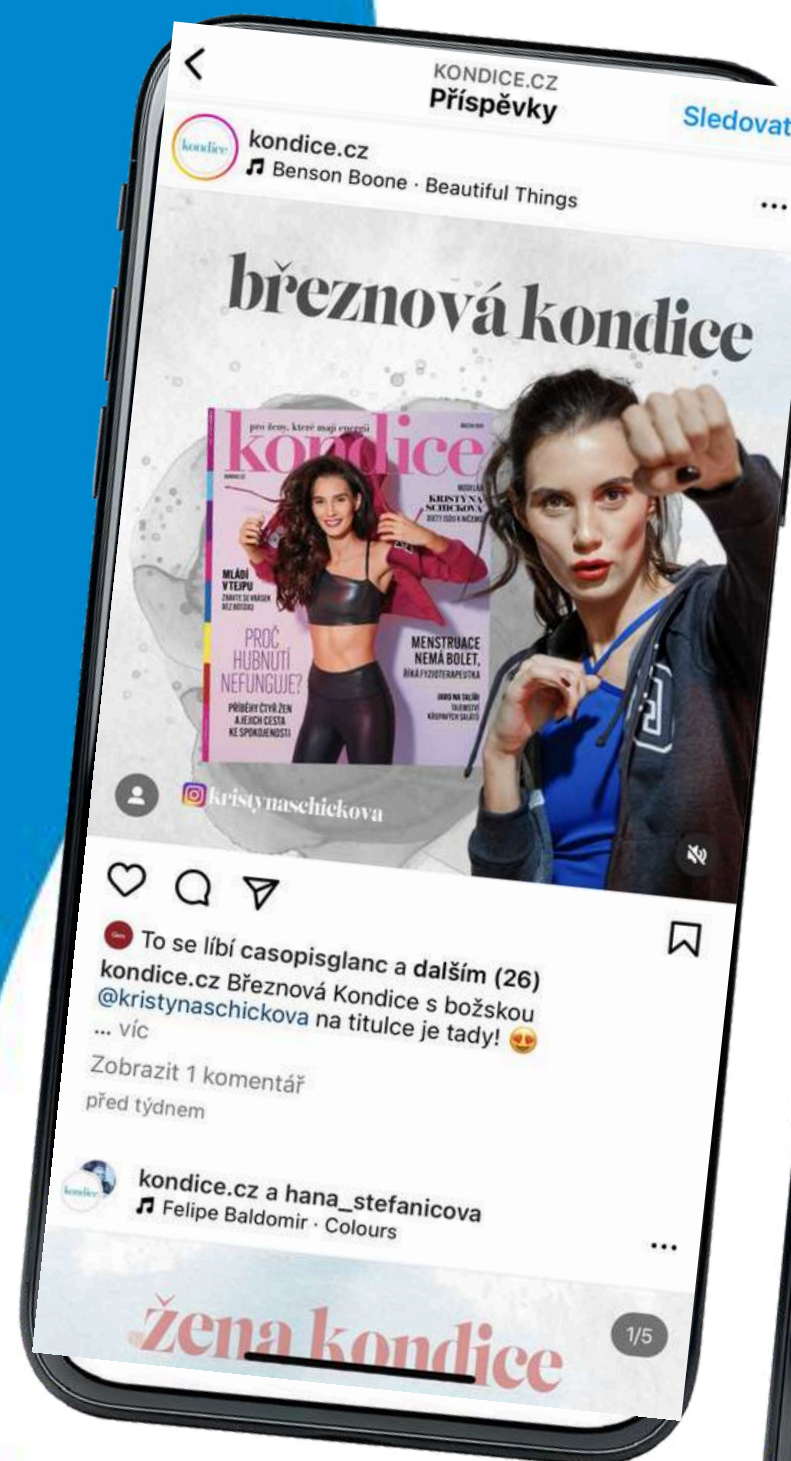
Fotky | Stories | Video

INSTAGRAM

Post | Video | Stories | Reels

DOSTUPNÉ NA:

Deník, Kreativ, Glanc, Vlasta, Receptář
Překvapení, NG, Kondice, Gourmet
DaZ, Dotyk, TV Streaming, Květy



Instagram časopisu
Kondice



Facebook časopisu
Gourmet

EVENTY

Připravujeme eventy pro klienty i jako firemní akce.
Vhodné také pro otevírání nových poboček.

Vedení projektu / organizace

- Komunikace s klientem na denní bázi, harmonogram akce
- Komunikace a zajištění veškerých nutných subdodávek

Team na místě

- Zkušený Event Director na místě (19 let praxe)
- Disponujeme databází prověřených hostesek pro celé ČR.
- Zajištění propagace klienta na místě (POS materiály, příprava grafiky a projekce)
- Supervize celé akce a koordinace

Follow-up

- Děkovný e-mail s odkazem na výstupy
- Video sestřih
- Výstup na web + výstup v denním tisku



LOVE DAY – Event TV Prima ve spolupráci s časopisem Glanc



KAMPAŇĚ UMÍME NAPŘÍČ MEDIA TYPY



podcast

1 a více dílů

tisk

regionální zacílení
díky Deníku

native

microsite nebo
online/print
advertorial

pre-roll

video

PR, reklamní, sociální
sítě, video seriál na
míru

influenceři

