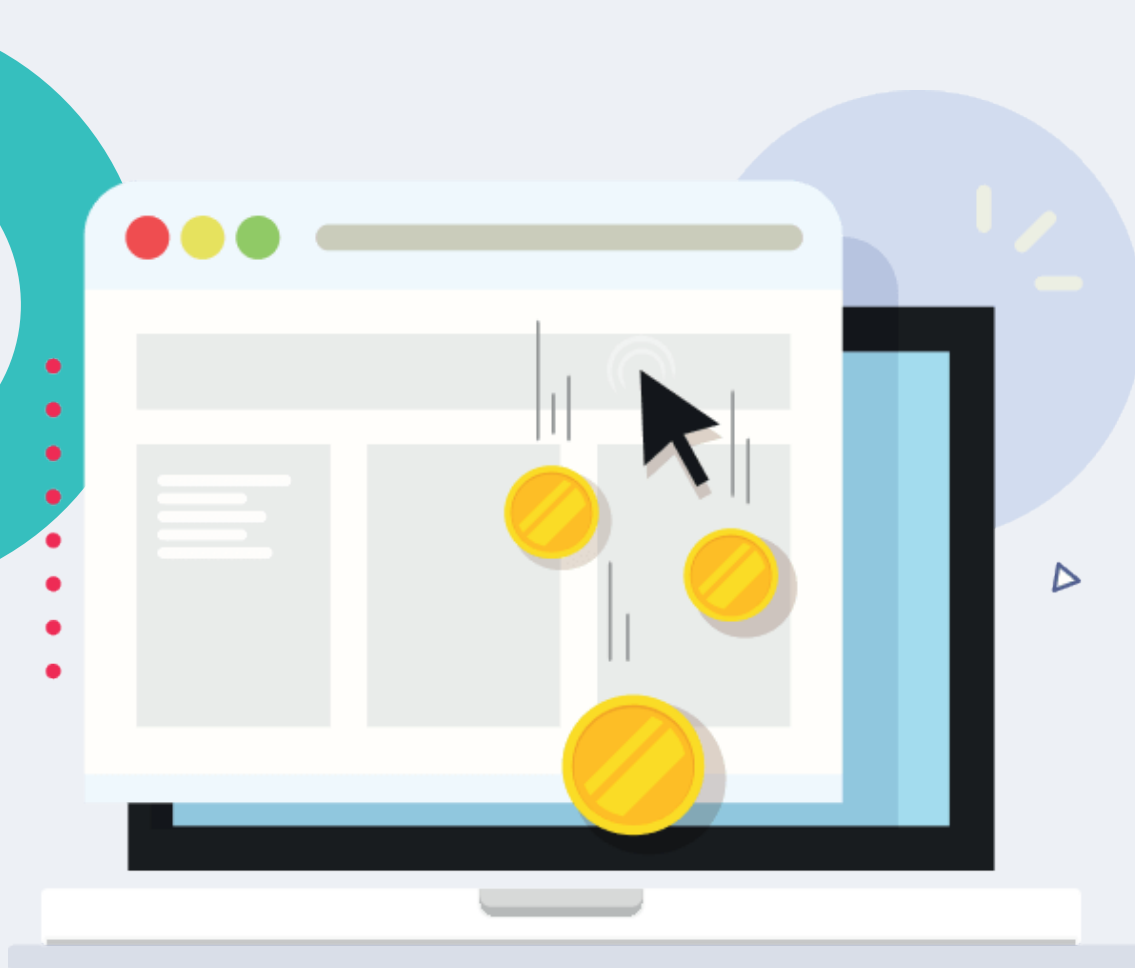


**whitepress**<sup>®</sup>

webinar - materiał bonusowy

# Jak monetyzować swoje portale?

Instrukcja dla wydawcy WhitePress<sup>®</sup>



**Anna Jaroszewska,**  
Head of Customer  
Success



**Izabela Piątek,**  
Publishers Support  
Team Leader



## Jak monetyzować swoje portale? Instrukcja dla wydawcy WordPress®

### JAK DODAĆ PORTAL, ABY MÓGŁ ZARABIAĆ?

**str 3**



#### KROK 1/3. DODANIE DANYCH OGÓLNYCH PORTALU

**str 4**



#### KROK 2/3. DODANIE OFERTY PORTALU (STANDARD + LINKI)

**str 10**



#### KROK 3/3. TIPS & TRICKS. ZWIĘKSZENIE POTENCJAŁU ZAROBKOWEGO PORTALU

**str 30**

#### Przydatne linki

**str 33**

## JAK DODAĆ PORTAL, ABY MÓGŁ ZARABIAĆ?

Aby dodać portal do wyszukiwarki portali i móc realizować zlecenia, należy starannie uzupełnić wszystkie informacje o serwisie w dedykowanej do tego zakładce. Wtedy to zespół WhitePress® dokona weryfikacji tych danych i gdy wszystko będzie w porządku, **aktywuje** portal do widoku Reklamodawców.

Co znaczy: „aktywuje”?

- **dodany przez Wydawcę serwis znajdzie się wyszukiwarce portali,**
- **reklamodawcy zarejestrowani w platformie będą go mogli zobaczyć i złożyć zamówienie.**

Na początek należy się zarejestrować na stronie WhitePress® w dedykowanym dla siebie kraju rejestracji, np. [www.whitepress.com/pl/](http://www.whitepress.com/pl/).

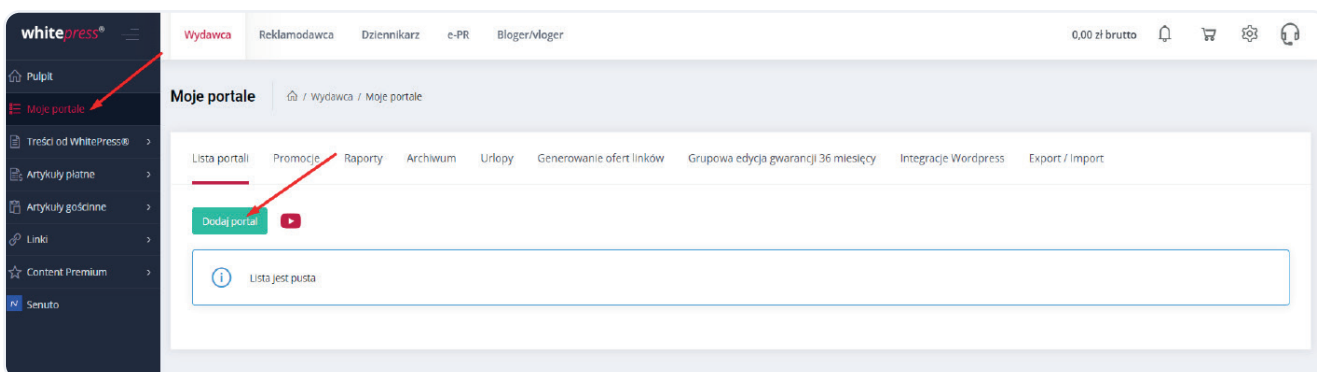
Kolejny krok to potwierdzenie rejestracji poprzez kliknięcie linka w mailu i akceptację regulaminu roli Wydawcy. Konto wraz z rolą Wydawcy jest już aktywne! Teraz można już dodawać swoje strony do platformy. Poniżej cały proces, krok po kroku .



[Zobacz video](#)

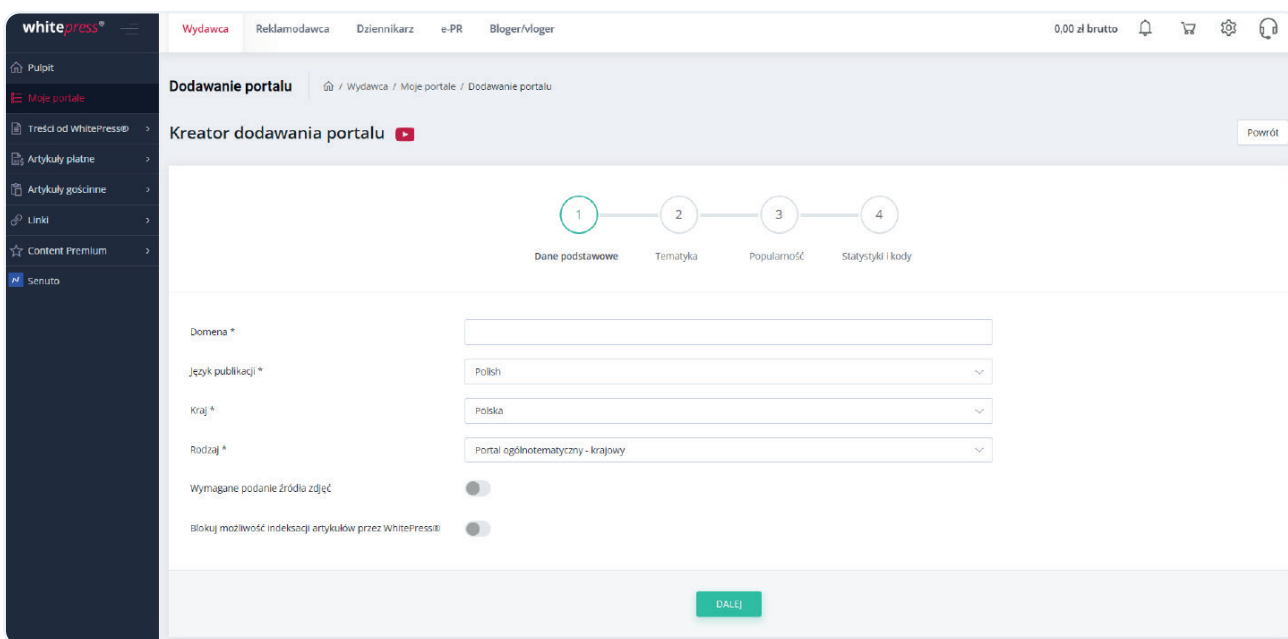
## KROK 1/3. DODANIE DANYCH OGÓLNYCH PORTALU

W celu dodania portalu do platformy WhitePress® należy po zalogowaniu przejść do roli Wydawca i do zakładki Moje portale, a po wejściu w ten widok – Rozpocznij.



Kreator dodawania danych podstawowych portalu składa się z czterech etapów:

### Etap 1: Dane podstawowe



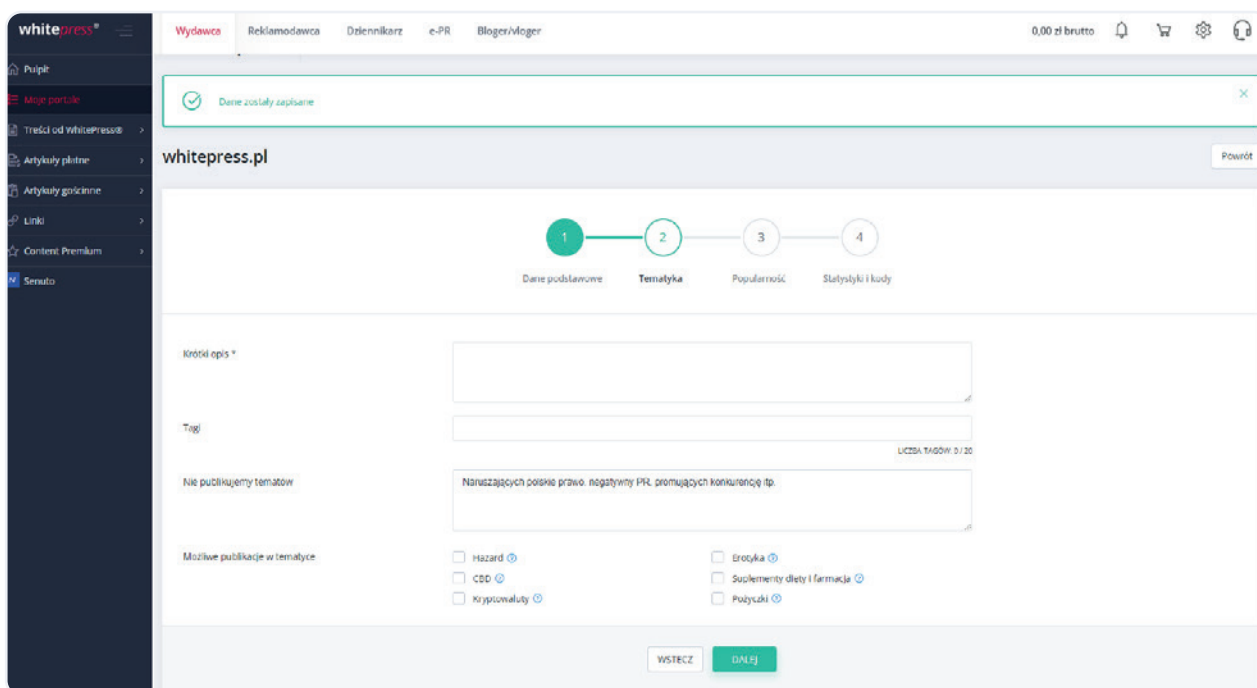
Tu Wydawca wpisuje nazwę **Domeny**, **Język publikacji** oraz **Kraj**. Konieczne jest określenie Rodzaju portalu. W przypadku tematyczności: jeżeli ilość głównych tematów poruszanych na portalu przekracza trzy, warto wybrać opcję: portal ogólnotematyczny.

**Wymagane podanie źródła zdjęć** – Wydawca zaznacza, jeśli chce, aby Reklamodawca podał źródło, z którego pochodzą dodane przez niego grafiki. Zalecamy włączyć tę opcję i zaznajomienie się z tematyką praw autorskich dot. publikowanych zdjęć.

**Blokuj możliwości indeksacji artykułów przez WhitePress®** – jeżeli ta opcja zostanie włączona, ani Wydawca, ani Reklamodawca nie będą mogli zaindeksować artykułów za pośrednictwem WhitePress®.

## Etap 2: Tematyka.

Według naszych badań aż 59,69% wszystkich zapytań w wyszukiwarce dotyczyło nazwy portalu, opisu i tagów. To, w jakiej tematyce publikuje dany portal, jest weryfikowane i nadawane przez team WhitePress®. Dana tematyka może być zaznaczona dla portali ogólnotematycznych jedynie w przypadku posiadania oddzielnej zakładki dla danej kategorii.



The screenshot shows the WhitePress configuration interface. At the top, there's a navigation bar with 'whitepress.pl' and a 'Powrót' button. Below that, a progress indicator shows four steps: 1. Dane podstawowe, 2. Tematyka (highlighted), 3. Popularność, and 4. Statystyki i kody. The main form area includes:

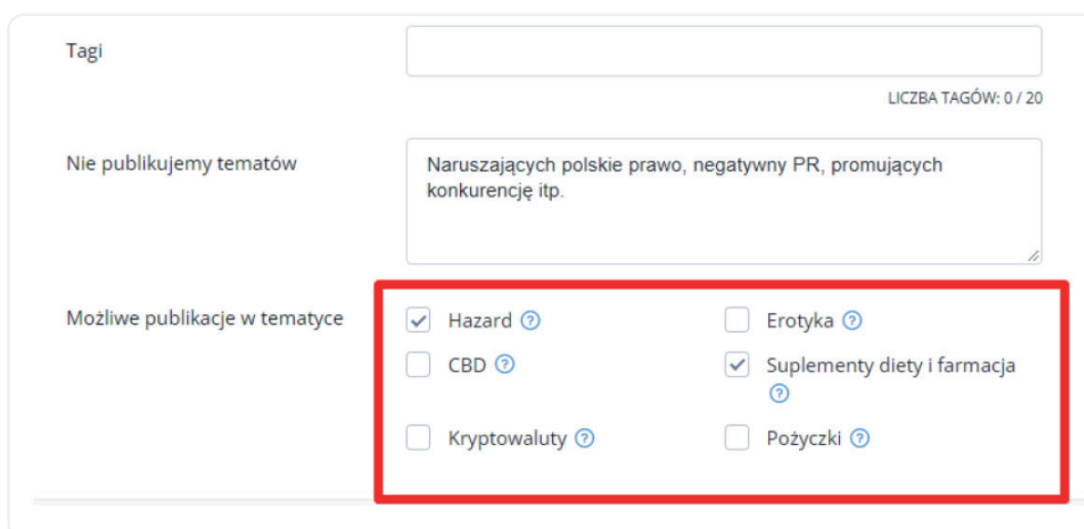
- Krótki opis \***: A text input field.
- Tagi**: A text input field with a 'LICZBA TAGÓW: 0 / 20' indicator.
- Nie publikujemy tematów**: A text input field containing 'Naruszających polskie prawo, negatywny PR, promujących konkurencję itp.'
- Możliwe publikacje w tematyce**: A list of checkboxes with labels: Hazard, CBD, Kryptowaluty, Erotyka, Suplementy diety i farmacja, and Pożyczki.

At the bottom, there are 'WSTECZ' and 'DALEJ' buttons.

**Krótki opis** – jaka jest tematyka portalu, jakie treści są prezentowane? Kim jest czytelnik? Co wyróżnia serwis na tle innych w tej tematyce? Maksymalna długość opisu to 255 znaków.

**Tagi** – słowa, frazy określające treści na portalu. Tagowanie jest szczególnie ważne, jeżeli portal prezentuje specjalistyczne, branżowe lub niszowe tematy. Maksymalna liczba tagów to 20.

**Nie publikujemy tematów** – np. treści od konkurencji.



This close-up screenshot focuses on the 'Możliwe publikacje w tematyce' section. It shows a list of checkboxes with labels: Hazard, CBD, Kryptowaluty, Erotyka, Suplementy diety i farmacja, and Pożyczki. The checkboxes for 'Hazard' and 'Suplementy diety i farmacja' are checked. A red rectangular box highlights this entire section.

**Możliwe publikacje w tematyce — tematy wrażliwe** to treści związane z takimi branżami, produktami lub usługami, w przypadku których tradycyjnie rozumiana reklama jest zakazana lub musi spełniać określone wymagania prawne. Można zadeklarować, jakie treści wrażliwe dopuszcza się do publikacji. Oczywiście nie zobowiązuje to do realizowania wszystkich zamówień – bez względu na oznaczone preferencje, zawsze można odmówić zamówienie na realizację publikacji, zgodnie z regulaminem platformy.

Więcej informacji o kategoriach wrażliwych znajdziesz pod tym [linkiem](#).

### Etap 3: Popularność.

Pierwsze pole to wpisanie liczby unikalnych użytkowników (UU) w ujęciu miesięcznym — średnia z trzech ostatnich miesięcy. Tu też należy załączyć plik w formacie pdf. dokumentujący podane dane. Najlepiej, aby był to zrzut ekranu z Google Analytics — z widoczną nazwą domeny, liczbą unikalnych użytkowników oraz zakresem czasowym.

W przypadku braku statystyk lub gdy liczba unikalnych użytkowników nie przekroczy 500 UU — portal zostanie oznaczony jakością: **Nieweryfikowany**. Nadanie tej jakości oznacza, że portal nie podlega ocenie pod względem merytorycznym i technicznym. Wydawca powinien sam oznaczyć swój portal jako Nieweryfikowany. Pole do zaznaczenia tej jakości pojawi się, jeżeli wpisana liczba będzie mniejsza niż 500 unikalnych użytkowników.

Liczba unikalnych użytkowników miesięcznie \* 50

Załącz pliki dokumentujące oglądalność (PDF) Wybierz plik lub przeciągnij

W przypadku gdy wartość UU jest niższa niż 500 - portal zostanie oznaczony jako NIEWERYFIKOWANY. Czy chcesz kontynuować?

**Konta portalu w mediach społecznościowych:** W przypadku posiadania aktywnych mediów społecznościowych, które są powiązane z portalem, takie jak Facebook lub Twitter, można dodać link. Wtedy też, w momencie tworzenia oferty, można będzie dodać opcję udostępnienia linka do publikacji w wybranym socjalu, w celu promocji zleconej treści.

Uwaga, dotyczy **Facebooka** i udostępniania postów promujących artykuły Klientów!

Dobrą praktyką jest, aby Wydawca umieścił w ofertach z promocją na Facebooku linki do dokumentów dotyczących warunków publikacji reklam na Facebooku wraz z komentarzem, że publikacja odbywa się zgodnie z zasadami i wyłączeniami w nich zawartymi [tutaj](#) i [tutaj](#).

Team WhitePress® zachęca też do zapoznania się z tymi artykułami.

Kilku naszych Wydawców, którzy często publikują w kategoriach wrażliwych, dodało sobie w uwagach następujący komentarz:

*„Aby mieć pewność co do publikacji na Facebooku, zachęcamy do wykonania następujących działań: do promocji artykułu potrzebny będzie aktywny link partnera do jego profilu na Facebooku, jego konto musi mieć możliwość oznaczania, nie może być zablokowane. Bez tego nie jesteśmy w stanie zagwarantować, że administracja Facebooka nie zablokuje możliwości publikacji posta”.*

Dobrym miejscem do przekazania powyższych informacji jest w pole: uwagi Wydawcy w kreatorze oferty.

whitepress.pl

0,00 zł brutto

Dane zostały zapisane

1 2 3 4

Dane podstawowe Tematyka Popularność Statystyki i kody

Liczba unikalnych użytkowników miesięcznie \* 0

Załącz pliki dokumentujące oglądalność (PDF)

Wybierz plik lub przeciągnij

Dodaj statystyki wygenerowane bezpośrednio z Google Analytics za okres ostatnich trzech miesięcy, dokumentujące liczbę unikalnych użytkowników.

Konta portalu w mediach społecznościowych ⓘ

Adres profilu Facebook https://www.facebook.com/

Adres profilu Twitter https://www.twitter.com/

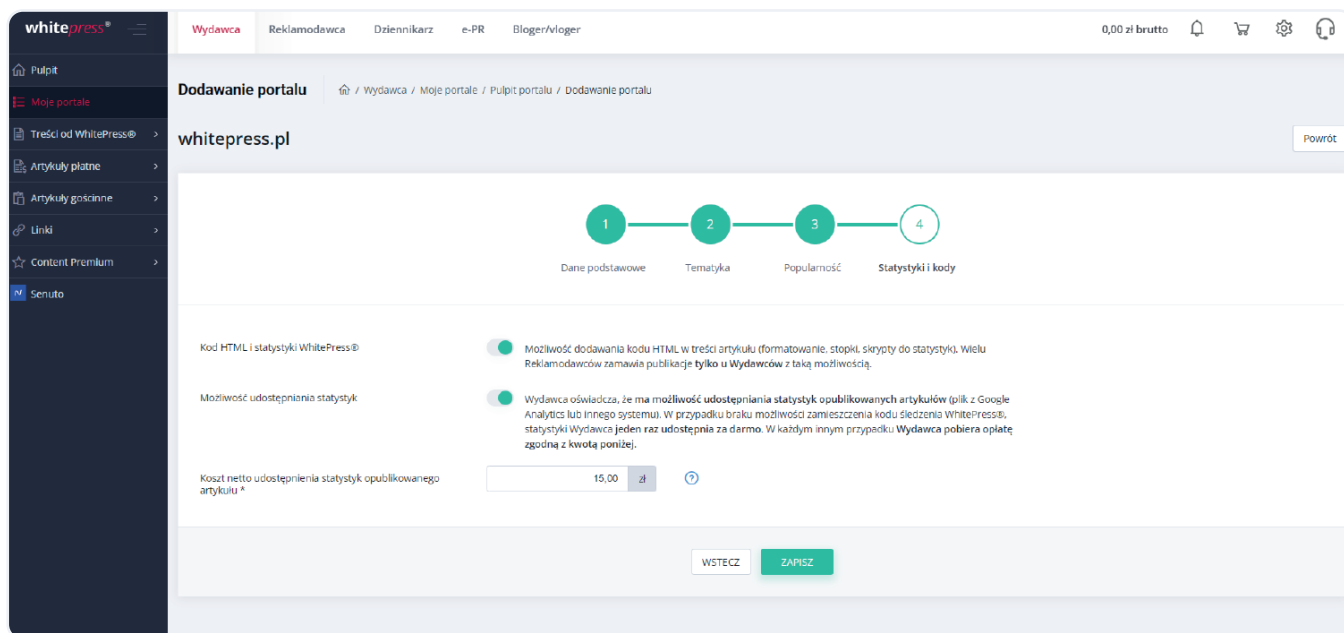
WSTECZ DALEJ

## Etap 4: Statystyki i kody.

**Kod HTML i statystyki WhitePress** — czyli kod śledzenia WhitePress®.

Autorski kod śledzący statystyki umożliwia pomiar, ilu użytkowników przeczytało dany artykuł na danym portalu. Jest zupełnie bezpieczny dla Wydawcy, nie obciąża strony i nie ingeruje w jej zawartość.

Włączenie kodu śledzenia w edycji portalu oznacza, że każde zamówienie publikacji, będzie każdorazowo zawierało okienko z unikalnym kodem do wklejenia w edytorze treści (tryb HTML). Kod jest łatwy do implementacji, ale oczywiście dołączyliśmy instrukcję.



System statystyk oparty na kodzie śledzącym dostarcza wielu cennych informacji, dostępnych dla Wydawcy i Reklamodawcy po opublikowaniu artykułu. Reklamodawcy mogą śledzić jego popularność.

Dane, które zlicza/sprawdza kod śledzenia to m.in.:

- **ilość odsłon i użytkowników z podziałem na ruch z urządzeń mobilnych i desktopu,**
- **oglądalność artykułu w czasie,**
- **oglądalność godzinowa,**
- **lista krajów, z których pochodzi ruch.**

Warto pamiętać, że włączenie omawianej opcji jest bardzo atrakcyjne dla Reklamodawców. Jej zalety to szybki dostęp do danych i ich szczegółowość. To narzędzie jest całkowicie dla nich bezpłatne. Stąd wielu Reklamodawców zamawia publikacje tylko u Wydawców z taką możliwością.

**Możliwość udostępniania statystyk** – możliwość udostępnienia statystyk przez Wydawcę do opublikowanych artykułów na danym portalu (plik z Google Analytics lub innego systemu). Prośba o udostępnienie takich statystyk po zrealizowaniu zlecenia przez Wydawcę zawsze ma miejsce dopiero na zgłoszony w systemie wniosek Reklamodawcy.

Jeżeli powyższa opcja zostanie przez Wydawcę zaznaczona, pozwala to na następujące zależności:

- **w przypadku, gdy kod śledzenia WhitePress® jest wyłączony w edycji portalu, statystyki Wydawca jeden raz udostępnia za darmo,**

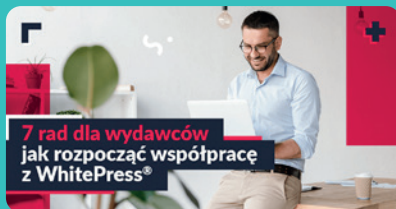


- w przypadku włączonej opcji zamieszczania kodu śledzenia WhitePress® – Reklamodawca musi zapłacić, jeżeli zgłosi prośbę o udostępnienie statystyk. Wydawca pobiera wtedy opłatę zgodną z kwotą, która zostanie wpisana w polu **Koszt netto udostępnienia statystyk opublikowanego artykułu**.



Jeżeli ma się taką możliwość, warto udostępniać Reklamodawcom pliki ze statystykami publikacji. Podnosi to wartość portalu dla Reklamodawców i może być dodatkowym źródłem wynagrodzenia dla Wydawcy.

**Kreator danych podstawowych edycji portalu uzupełniony!**



Dodatkowo można kliknąć w poniższy artykuł:  
**Wydawca – 7 rad, jak rozpocząć współpracę z WhitePress®**  
[Kliknij tutaj](#)



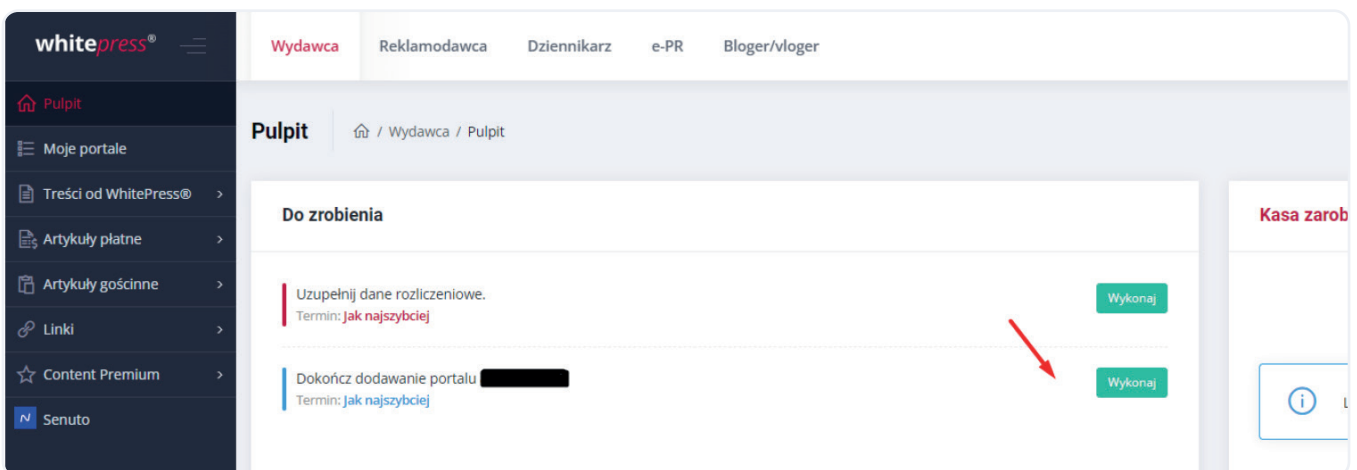
## KROK 2/3. DODANIE OFERTY PORTALU

### OFERTA STANDARDOWA

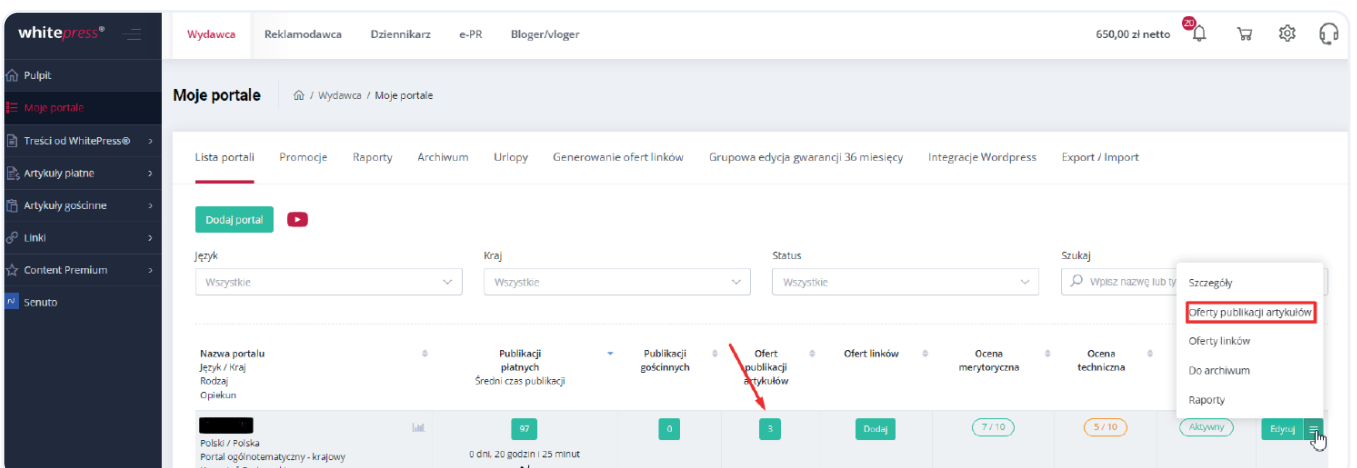
Czas na dodanie pierwszej oferty standardowej (publikacja artykułu). Jej uzupełnienie jest warunkiem, aby można było przestać portal do weryfikacji przez team WhitePress®.

#### Jak dostać się do kreatora oferty?

- Podczas dodawania danych portalu, po uzupełnieniu danych ogólnych, system sam przeniesie do kreatora uzupełnienia oferty
- Jeżeli Wydawca przerwał dodawanie danych portalu na poprzednim etapie i po jakimś czasie chce wrócić do uzupełniania, łatwo odnajdzie miejsce, w którym zakończył. Wystarczy zalogować się na konto, wybrać rolę Wydawcy i na liście **Do zrobienia**, przejść do dokończenia dodawania portalu:



- Portal dodany, ale Wydawca chciałby edytować ofertę lub dodać nową? Po zalogowaniu się do konta użytkownika należy przejść do zakładki **Moje portale**, a następnie kliknąć przycisk **Dodaj** przy kafelku: **ofert publikacji artykułów**. To samo można osiągnąć, najeżdżając kursorem na hamburger obok przycisku po prawej stronie w polu portalu. Druga od góry to opcja: **Oferty publikacji artykułów**.



We wszystkich przypadkach użytkownik zostanie przekierowany do kreatora oferty na publikację artykułu sponsorowanego. Ważne jest poprawne zdefiniowanie szczegółów oferty – liczbę dni na stronie głównej, dodatkowej promocji w social media czy newsletterze, możliwości zamieszczenia linku dofollow, a także informacji czy oferta zawiera napisanie artykułu. Im więcej opcji, tym bardziej atrakcyjna jest oferta.

*Kreator dodawania danych podstawowych portalu składa się z trzech etapów:*

**Dane podstawowe i promocja**  
**Ustawienia redakcyjne i techniczne**  
**Cena i inne uwagi**

## Dane podstawowe i promocja:

Dane podstawowe i promocja    Ustawienia redakcyjne i techniczne    Cena i inne uwagi

---

Nazwa oferty (np. nazwa działu) \*  ?


---

**Promocja**

Liczba dni promocji  ?

Link do strony głównej lub działu \*  ?

Zrzut ekranu miejsca, gdzie znajdzie się link  ?

 Usuń

Wybierz plik lub przeciągnij

---

Link do przykładowego artykułu  ?

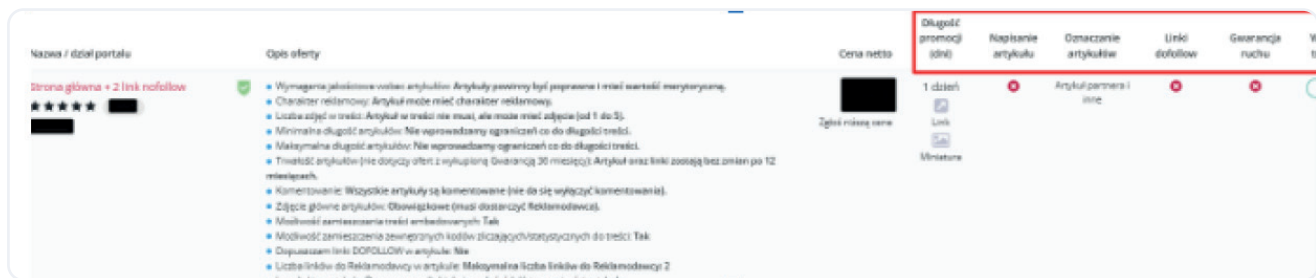
### **Nazwa oferty** (np. nazwa działu):

Najważniejsze pole w ofercie. To od Wydawcy zależy, jak uzupełni to pole. Ważne, aby wybrać te elementy oferty, które dobrze ją zdefiniują i uatrakcyjnią. Jednocześnie treść zawarta w nazwie oferty musi być konkretna i nie za długa. Może wskazać elementy oferty, takie jak: liczba dni promocji, w jakiej kategorii zostanie opublikowany artykuł, czas utrzymania artykułu,

ilość dopuszczalnych linków w treści, publikację w mediach społecznościowych. Jednocześnie trzeba pamiętać, że wyszukiwarka portali wyodrębnia Reklamodawcy z opisu oferty takie informacje jak m.in.:

- **długość promocji,**
- **napisanie artykułu,**
- **oznaczanie artykułów**
- **link dofollow,**
- **gwarancja ruchu.**

Tak oferta wygląda z widoku Reklamodawcy:



W przypadku dodawania kilku ofert warto w **Nazwie** wpisać to, co wyróżnia je między sobą. Jeżeli Wydawca chce poinformować o wyłączeniach lub dodatkowych opcjach, których nie jest w stanie uzupełnić w kreatorze, pole **Nazwa** to idealne miejsce – przeczyta je każdy Reklamodawca, nawet taki, który nie zapoznał się ze szczegółami oferty i polem Uwagi.

## Promocja

- **Liczba dni promocji:** to czas, w jakim artykuł będzie umieszczony na stronie działu, sekcji lub stronie głównej portalu. Celem jest pokazanie artykułu jak największej liczbie osób i ściągnięcie ruchu. Najczęściej wybierana opcja to przedział 1-5 dni. Dopuszczalna jest dłuższa ilość dni, ale należy mieć na uwadze, że artykuł będzie musiał przez podaną ilość dni widnieć w określonym w ofercie miejscu. Podczas realizacji zlecenia dobrym pomysłem jest zrobienie sobie screena podczas promocji.
- **Miejsce promocji artykułu,** wskazane jest w polu poniżej liczby dni promocji. Tu należy podać adres URL strony w zależności od wyboru lokalizacji: głównej portalu lub działu, lub sekcji
- **Zrzut ekranu miejsca, gdzie znajdzie się link:** konstrukcja dzisiejszych stron jest bardzo różna, w różny też sposób rozumiana jest terminologia związana z ułożeniem i lokalizacją elementów na stronie. Aby sposób i miejsce promocji nie budziło żadnych wątpliwości dla żadnej ze stron zamówienia, Reklamodawcy czy Wydawcy, konieczne jest dodanie zrzutu ekranu miejsca, gdzie znajdzie się opublikowany artykuł. Zrzut nie może zawierać danych kontaktowych Wydawcy ani jego cennika publikacji.

- **Linkowanie wewnętrzne:** Wydawca, włączając tę opcję, gwarantuje, że w ramach publikuje u siebie standardowo artykuł Klienta, a następnie linkuje do niego z innych, powiązanych tematycznie artykułów na swoim portalu. W ofercie Wydawca określa, ile linków wewnętrznych będzie mógł otrzymać Reklamodawca.

W jakiej ilości? Od 1 do 4, to zależy od Wydawcy. Jakie to będą artykuły? Wydawca zdecyduje o tym dopiero na etapie realizacji. Ważne, aby były one powiązane tematycznie z artykułem Klienta. Powiązanie tematyczne łatwo można znaleźć, korzystając z wyszukiwarki w swoim CMS.

W momencie zgłoszenia realizacji zlecenia, wszystko przebiega prawie samo jak do tej pory. Jedyne system oprócz standardowego linka do zamówionej przez Klienta publikacji, poprosi o dodatkowy link/ linki do artykułów, w których Wydawca umieści podlinkowanie do publikacji Klienta.

Od strony Reklamodawcy będzie można filtrować oferty po tym parametrze:

Więcej informacji na temat linkowania wewnętrznego znajdziesz [tutaj](#)

- **Link do przykładowego artykułu:** losowo wybranego artykuł ze strony. Celem tego jest zaprezentowanie, jak wizualnie wyglądają artykuły (czcionka, paginacja)

## Gwarancja ruchu

Oferta z gwarancją ruchu jest raportowana Reklamodawcy. Po zakończeniu promocji, jeśli nie umieszczęś kodu śledzenia WhitePress®, będziesz zobligowany do udostępnienia bezpłatnych statystyk, które potwierdzą wykonanie zlecenia.

**Gwarancja ruchu**

Czy oferta jest z gwarancją ruchu

Jednostka \*  Odsiony  Unikalni czytelnicy

Liczba jednostek \*

Czas na realizację gwarancji ruchu \*

Uwagi

Po wskazanym przez Wydawcę czasie na realizację gwarancji ruchu jest on zobowiązany do przesłania Reklamodawcy raportu ze statystykami. Jeśli Wydawca instaluje kod śledzenia WhitePress® - nie jest wymagany dodatkowy raport.

Należy włączyć tę opcję, jeżeli Wydawca chce i jest w stanie zagwarantować określoną liczbę odsłon artykułu lub liczbę unikalnych użytkowników w konkretnym przedziale czasowym. Pole uwagi zazwyczaj są wykorzystywane do określenia, z jakiego źródła Wydawca zaraportuje i wygeneruje statystyki. Czym różni się realizacja zlecenia z gwarancją ruchu od standardowego?


- Po zakończeniu zadeklarowanego czasu na zrealizowanie gwarancji Wydawca będzie zobligowany do udostępnienia bezpłatnych statystyk. Statystyki potwierdzą wykonanie zlecenia i jeżeli liczba będzie identyczna z deklarowaną w ofercie, zlecenie jest uznane za wykonane. Wydawca otrzyma stosowne powiadomienie mailowe o przestaniu statystyk w dniu zakończenia gwarancji. W powiadomieniu będzie znajdować się link kierujący do odpowiedniego miejsca w panelu Wydawcy, gdzie może załączyć plik.
- Jeżeli jednak Wydawca ma włączony kod śledzenia w edycji portalu, zlecenie oferty z włączoną gwarancją ruchu jest raportowane Reklamodawcy od momentu umieszczenia. Wtedy, po zakończeniu czasu na realizację gwarancji, Wydawca nie musi przysyłać dodatkowych statystyk dla artykułu – wszystkie dane dostępne są w platformie. Analityka dostępna jest także dla Wydawcy, który może śledzić zliczanie się ruchu na artykule.

Dodając dodatkowe oferty z gwarancją ruchu, Wydawca ma szansę wyróżnić się wśród konkurencji i uatrakcyjnić swoją wizytówkę, zwłaszcza dla tych Reklamodawców, których celem publikacji są ruch, konwersje, wizerunek lub sprzedaż.

Więcej w artykułach: [Gwarancja ruchu dla Wydawców, Wybieraj oferty z gwarancją ruchu – jak to działa? \(Q&A dla reklamodawców\)](#)

## Gwarancja trwałości publikacji 36 miesięcy

Deklaracja utrzymania aktywnej publikacji wraz z linkiem przez okres co najmniej 36 miesięcy. Dodatkowa prowizja w wysokości 15% oferty.

Gwarancja trwałości publikacji 

Włączenie tej opcji jest jednoznaczne z akceptacją [Regulaminu Gwarancja 36 miesięcy](#).

Czy oferta zawiera gwarancję trwałości 36 miesięcy?

1. Włączając tę opcję, dajesz możliwość skorzystania z dodatkowej usługi - Reklamodawca może, ale nie musi z niej skorzystać. Jest to dodatkowa usługa, dla chętnych Reklamodawców.

2. Nie doliczaj dodatkowej opłaty za gwarancję w ofercie, Reklamodawca wybierając tę opcję ponosi dodatkową opłatę. System dolicza dodatkową opłatę automatycznie. Jeśli Reklamodawca wybierze gwarancję, zarobisz dodatkowo 15% ceny za publikację.

ZAPISZ I WYJDŹ ZAPISZ

Po włączeniu tej funkcji Wydawca deklaruje, że przez okres co najmniej 36 miesięcy utrzyma treść wraz z linkami, za co otrzyma dodatkowe 15% wartości z ceny oferty, w której dopuszcza tę opcję. Ponadto Klient ma zapewniony monitoring WhitePress® przez okres 36 miesięcy.

Powyższe będzie mieć miejsce tylko wtedy, jeśli Klient zdecyduje się na dokupienie dostępnej możliwości **Gwarancji**.

**Uwaga!** Jeżeli Klient zamówi daną ofertę z opcją Gwarancji, a nie zdecyduje się na zakup samej Gwarancji, obowiązuje go zaznaczona przez Wydawcę opcja w kreatorze dotycząca trwałości artykułów na stronie. Nie wolno wpisywać w **Nazwie** informacji, że oferta zawiera trwałość publikacji na 36 miesięcy, ponieważ Klient, wybierając ofertę może, ale nie musi skorzystać z tej opcji

**Gwarancja 36 miesięcy** to dla Wydawcy dodatkowy zarobek i zwiększenie zasobów treści indeksowanych przez wyszukiwarki, a dla Reklamodawcy gwarancja, że ważna publikacja nie zniknie po 12 miesiącach. Gwarancja 36 miesięcy jest atrakcyjna dla Klientów publikujących pod SEO, którym zależy na dłuższym czasie utrzymania artykułu z linkami na portalu.

### Pytanie - odpowiedź:

#### Czy trzeba tworzyć ofertę dedykowaną z Gwarancją 36 miesięcy?

Nie trzeba tworzyć nowej oferty, która różni się od bieżącej jedynie deklaracją Gwarancji trwałości publikacji. Włączając tę opcję, Wydawca daje możliwość skorzystania z dodatkowej usługi - Reklamodawca może, ale nie musi jej wybierać. Jeżeli jej nie wybierze, Reklamodawcę obowiązują warunki wpisane w kreatorze oferty: pole: Trwałość artykułów.

### **Czy mam doliczyć coś do oferty, jak włączę Gwarancję 36 miesięcy?**

Nie trzeba podnosić ceny. Wydawcy nie musi doliczać dodatkowej opłaty za gwarancję trwałości publikacji w ofercie, Reklamodawca, wybierając tę opcję ponosi dodatkową opłatę w wysokości 15 % wartości oferty.

### **Oferta z opcją Gwarancji 36 miesięcy, która zawiera w kreatorze trwałość dożywotnią. Czy to ma sens?**

Jeżeli:

- oferty portalu mają standardowo w kreatorze wybraną trwałość dożywotnią, lub/ i : trwałość realizowanych zleceń do tej pory wynosiła 100 %,
- a Klient sprawdzi szczegółowo portal pod względem dotychczasowej trwałości przed złożeniem zamówienia (udostępniamy mu te dane)
- a Wydawca znacznie podniesie opłatę za „ubezpieczenie” ponad standardową opłatę 15- stu % do ceny oferty zamówienia: to istnieje prawdopodobieństwo, że Klient „zaryzykuje” i zakupi ofertę bez dodatkowej Gwarancji 36 miesięcy, więc a pozostanie ona opcją martwą.

### **Czy jest możliwość narzucenia wyższej opłaty za Gwarancję 36 miesięcy niż 15 %?**

Niestety nie. Próg jest stały i dolicza się automatycznie do ceny w ofercie. Podniesienie ceny samodzielnie przez Wydawcę - podnosi cenę oferty standardowej (bez kosztu Gwarancji 36 miesięcy). Na podstawie obserwacji Klientów zakładamy, że narzucenie takiego progu opłaty dodatkowej (15 % ceny oferty) jest dla Klienta „do przejścia”, aby otrzymać 100% zapewnienie (i przy reklamacji zwrot środków), że publikacja i linki przez 36 miesięcy nie zostaną usunięte).

Więcej w artykule: [Gwarancja 36 miesięcy trwałości publikacji](#)



## Ustawienia redakcyjne i techniczne:

Dane podstawowe i promocja    **Ustawienia redakcyjne i techniczne**    Cena i inne uwagi

---

### 1. Ustawienia redakcyjne

Czy w ramach oferty jest napisanie artykułu?

Liczba dni roboczych, w jakich Wydawca przygotowuje artykuł\*  Maksymalna wartość to 5.

Czy Reklamodawca może dodać baner reklamowy w treści?

---

Oznaczenie artykułów \*

Artykuły oznaczamy według uznania Reklamodawcy: nie oznaczamy lub oznaczamy na życzenie.

Nie oznaczamy artykułów płatnych.

Artykuły zawsze oznaczamy: "Artykuł sponsorowany".

Artykuły oznaczamy: "Artykuł sponsorowany" (domyślnie) lub "Artykuł partnera" lub "Artykuł zewnętrzny".

Inne:

---

Wymagania jakościowe wobec artykułów \*

Wymagamy artykułów bardzo wysokiej jakości pisane przez wybitnych specjalistów.

Wymagamy artykułów wysokiej jakości.

Artykuły powinny być poprawne i mieć wartość merytoryczną.

---

Charakter reklamowy \*

Artykuł może mieć charakter reklamowy.

Artykuł musi być obiektywny, ale może wskazywać na reklamodawcę.

### 1. Ustawienia redakcyjne

**Czy w ramach oferty jest napisanie artykułu?** Kto ma napisać artykuł — Wydawca czy Klient? Jeśli Wydawca chciałby posiadać obie opcje — musi stworzyć osobne oferty.

W przypadku wyboru opcji napisania przez Wydawcę:

- Należy określić ilość dni roboczych, w jakich zostanie przygotowany artykuł – Wydawca ma na to maksymalnie 5 dni roboczych.
- Napisanie artykułu nie może być wycenione osobno, cena końcowa ma już zawierać w sobie napisanie treści.
- Podczas zlecenia dopiero po napisaniu artykułu i zweryfikowaniu go przez Klienta, otworzy się standardowe zlecenie na umieszczenie linka do publikacji artykułu na stronie.

**Uwaga:** Reklamodawca nie nabywa żadnych praw do treści lub formy materiału stworzonego przez Wydawcę. Artykuł sponsorowany przygotowany przez Wydawcę, jak również jego publikacja na jego portalu, nie może naruszać żadnych przepisów prawa lub praw osób trzecich (regulamin Wydawcy, pkt. 5.3)

**Porady jednego z Wydawców, jak powinno się pisać artykuły sponsorowane:** [kliknij tutaj](#)

**Czy Reklamodawca może dodać baner reklamowy w treści?** Mowa o banerze, który zostanie umieszczony w treści zamówionego z tej oferty artykułu. Nie jest to opcja umieszczania baneru poza artykułem, na stronie.

**Oznaczenie artykułów:** Wydawca wybiera jedną z sugerowanych opcji oznaczenia artykułu bądź zaznacza opcję „inne” i w pustym polu wpisuje sposób, w jaki chciałby oznaczyć treść. Należy pamiętać, że wybierając opcję: *Artykuły oznaczamy według uznania Reklamodawcy: nie oznaczamy lub oznaczamy na życzenie* – decyzję zostawia się Reklamodawcy.

**Wymagania jakościowe:** Wydawca wybiera opcję według preferencji w zależności od tego, jakiej jakości treści oczekuje. Przy mocno sprofilowanych oczekiwaniach, warto dodać je w polu *Uwagi*, które znajduje się na końcu kreatora oferty.

**Charakter reklamowy:** ponownie opcje do wyboru. Wielu Wydawców dopuszcza opcję: *artykuł może mieć charakter reklamowy*, gdyż takie jest założenie publikacji treści sponsorowanych. Nie jest to jednak konieczne. Jeżeli Wydawcy zależy na natywnym charakterze artykułu, tu znajdzie odpowiednią opcję, aby to określić.

Liczba zdjęć w treści *	<input type="radio"/> Artykuł w treści nie może mieć zdjęć.
	<input checked="" type="radio"/> Artykuł w treści nie musi, ale może mieć zdjęcia.
	<input type="radio"/> Artykuł w treści powinien zawierać zdjęcia.
	Od * <input type="text" value="1"/> Do * <input type="text" value="5"/>
Minimalna długość artykułów *	<input checked="" type="radio"/> Nie wprowadzamy ograniczeń co do długości treści.
	<input type="radio"/> Minimalna długość artykułu: (znaków ze spacjami)
Maksymalna długość artykułów *	<input checked="" type="radio"/> Nie wprowadzamy ograniczeń co do długości treści.
	<input type="radio"/> Maksymalna długość artykułu: (znaków ze spacjami)
Trwałość artykułów (nie dotyczy ofert z wykupioną Gwarancją 36 miesięcy) *	<input type="radio"/> Artykuł jest kasowany po 12 miesiącach.
	<input checked="" type="radio"/> Artykuł oraz linki zostają bez zmian po 12 miesiącach.
	<input type="radio"/> Artykuł zostaje a linki zmieniają atrybut na "nofollow" po 12 miesiącach.
	<input type="radio"/> Inne:
Komentowanie *	<input type="radio"/> Wszystkie artykuły są komentowane (nie da się wyłączyć komentowania).
	<input checked="" type="radio"/> Artykuły nie są komentowane.
	<input type="radio"/> Komentowanie można wyłączyć na życzenie reklamodawcy.
	<input type="radio"/> Inne:

**Liczba zdjęć w treści:** do wyboru czy jest możliwość umieszczenia ich w treści, a jeżeli tak dodatkowo określa się ich ilość (należy pamiętać, że zdjęcie główne liczone jest osobno) Klienci preferują możliwość dopuszczenia zdjęć, gdyż wpływa to na atrakcyjność wizualną artykułu. Zdjęcia są dobrze interpretowane zarówno przez odbiorców, jak i przez Google.

**Minimalna i maksymalna długość artykułów:** można albo ustawić brak ograniczeń co do długości treści lub wpisać minimalną i maksymalną długość, podając wtedy w pustym polu liczbę znaków ze spacjami. Standardowo artykuł rozbudowany ma 3000 – 3500 znaków.

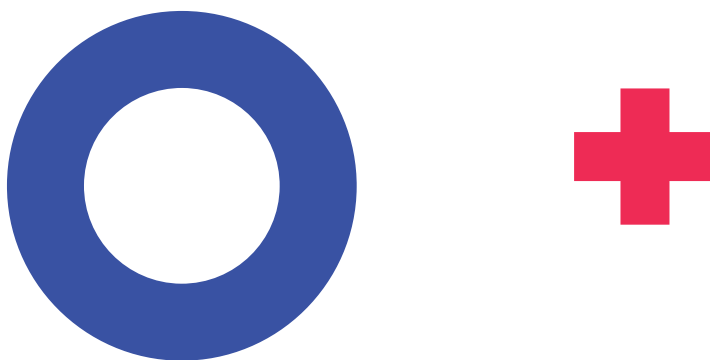
**Trwałość artykułów:** Wydawca wybiera jedną z opcji kreatora. Zgodnie z regulaminem WhitePress® przez okres 12 miesięcy dedykowany do tego team obsługi platformy monitoruje czy artykuł znajduje się na portalu. Tak opcja jest więc gwarantowana przez platformę. Pozostałe opcje do wyboru, które są powyżej 12 miesięcy, są tutaj deklaratywne, czyli Reklamodawca otrzymuje deklarację ze strony Wydawcy.

Aby dać Reklamodawcy gwarancję dłuższą niż 12 miesięcy, dodatkowo monitorowaną przez WhitePress®, można wybrać wspomnianą wcześniej **Gwarancję 36 miesięcy**.

**Komentowanie:** ponowny wybór opcji według preferencji. W przypadku kontrowersyjnych tematów, Reklamodawcy często proszą o moderację albo całkowite wyłączenie komentarzy pod artykułem.

Zdjęcie główne artykułów *	<input type="radio"/> Obowiązkowe (musi dostarczyć Reklamodawca).
	<input checked="" type="radio"/> Nieobowiązkowe (dostarcza Wydawca).
	<input type="radio"/> Brak.
Proporcje zdjęcia *	<input type="text" value="Dowolne"/>

**Zdjęcie główne artykułów + Proporcje zdjęcia:** Atrakcyjną opcją dla Klienta jest umożliwienie dodania zdjęcia głównego. Jeśli Wydawca wyraża zgodę na zdjęcie nagłówkowe, poniżej wybiera jedną z sugerowanych proporcji zdjęcia.



## 2. Ustawienia techniczne

**Możliwość zamieszczenia treści embedowanych:** Embedowanie polega na osadzeniu na stronach internetowych treści pochodzących z innych stron. Przesuwając suwak, Wydawca wyraża zgodę na dodanie w treści artykułu np. filmików, odnośników do social mediów typu Facebook czy Instagram.

**Możliwość zamieszczenia zewnętrznych kodów zliczających/statystycznych do treści:** zaznaczając ten element za pomocą suwaka, Wydawca zezwala na zamieszczenie autorskiego kodu, który prześle Reklamodawca przed publikacją. Uwaga! Nie jest to kod od WhitePress®, który włącza się przy edycji portalu.

### Dopuszczam linki DOFOLLOW w artykule

Linki dofollow przekazują wartość linkowanej domeny, mogą więc wpłynąć korzystnie na pozycjonowanie strony w wyszukiwarkach. Są najbardziej pożądane przez specjalistów SEO ze względu na dzielenie się autorytetem domeny. Według *statystyk WhitePress®* Klienci najchętniej wybierają oferty z możliwością umieszczenia linka z takim atrybutem.

Jeśli Wydawca zaznaczył możliwość dopuszczania linków dofollow, pojawiają się pola do określenia ich ilości i ich rodzaju.

**Rodzaj dopuszczanych linków** (Mowa tu o rodzaju widocznej dla użytkownika treści linka, czyli o rodzaju anchor tekstu:)

- **Linki brandowe:** link zamieszczamy w nazwie firmy, marki, na przykład [whitepress.com](https://www.whitepress.com)
- **Linki URL:** to po prostu nic innego, jak adres URL strony, na którą się linkuje. Zamieszcza się wtedy w treści URL, np.: <https://www.whitepres.com>
- **Linki nawigujące:** to umieszczenie linku we frazie nawigującej typu: TUTAJ, TU, KLIKNIJ TU itp.
- **Linki graficzne:** to takie umieszczenie hiperłącza, kiedy kliknięcie grafiki przenosi na stronę Reklamodawcy.
- **Linki mieszane:** to połączenie linku brandowego ze słowem kluczowym. Link zatem powinien zostać umieszczony w ten sposób: platforma [whitepress.com](https://www.whitepress.com)
- **Wszystkie linki w tym EML:** dopuszczamy możliwość umieszczenia wszystkich ww. linków w tym link EML. Linki EML (exact match links) to użycie dokładnej fraza, na którą Klient chce pozycjonować swoją stronę w wyszukiwarce. Jest to też wskazówka dla robotów wyszukiwarki: ułatwia im indeksację strony internetowej, na której zostały umieszczone. Przykład: platforma content marketingowa.

**Liczba linków w artykule:** Uwaga! To pole dotyczy tylko linków do Reklamodawcy. Wydawca może, ale nie musi określać jej maksymalnej liczby. Team WhitePress rekomenduje jednak ustalenie konkretnej liczby dopuszczanych odnośników za pomocą pola Inne uwagi/wymagania (o którym dalej).

## NIE Dopuszczam linki DOFOLLOW w artykule (Jak zrobić ofertę z nofollow?)

Jeśli Wydawca dopuszcza publikację tylko linków nofollow konieczne jest wyłączenie suwaka **Dopuszczam linki dofollow w artykule**, a w kolejnym kroku ustalenie ilości linków do Reklamodawcy w treści artykułu.

Dopuszczam linki DOFOLLOW w artykule

Liczba linków do Reklamodawcy w artykule \*

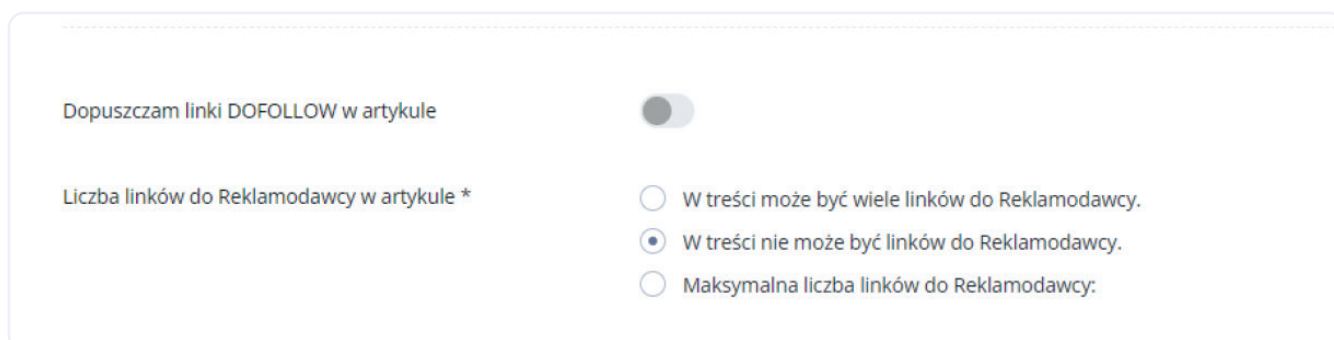
W treści może być wiele linków do Reklamodawcy.

W treści nie może być linków do Reklamodawcy.

Maksymalna liczba linków do Reklamodawcy:

## NIE dopuszcza linków do Reklamodawcy w artykule (Jak zrobić ofertę “bez linka”?)

Jeśli Wydawca w ogóle nie dopuszcza możliwości linków, konieczne jest wyłączenie suwaka Dopuszczam linki dofollow w artykule i zaznaczenie w polu określającym liczbę: **W treści nie może być linków do Reklamodawcy**.



The screenshot shows a configuration panel with two main sections. The first section, 'Dopuszczam linki DOFOLLOW w artykule', features a toggle switch that is currently turned off. The second section, 'Liczba linków do Reklamodawcy w artykule \*', contains three radio button options: 'W treści może być wiele linków do Reklamodawcy.', 'W treści nie może być linków do Reklamodawcy.' (which is selected), and 'Maksymalna liczba linków do Reklamodawcy:'.

### Inne linki w artykule:

Ważne pole w ofercie, a często niezauważone przez Wydawców. Domyślnie zaznaczona jest zgoda na takie linki. Mini słownik:

- **Linki do innych źródeł/stron w treści artykułu** to wszystkie linki, które nie prowadzą do strony Reklamodawcy (np. do artykułów jego na innych serwisach, czy do wiarygodnych źródeł: np. Wikipedii).
- **Link do Reklamodawcy** to link wskazany w projekcie, który będzie monitorowany przez kolejne 12 miesięcy od umieszczenia na stronie Wydawcy.

Tak więc w tym polu Wydawca określa, czy zezwala Reklamodawcy na umieszczenie w artykule linków do innych stron niż ta wskazana w projekcie. Reklamodawcy w ramach tej opcji umieszczają też linki zaufanych źródeł takich jak np. Wikipedia.

Uwaga. Wybranie tej opcji nie pozwala na określenie ilości takich linków, a warto ją określić. Jeżeli Wydawca chce zezwolić na konkretną liczbę **Innych linków w artykule**, to w ostatniej zakładce: **Cena i inne uwagi** w polu **inne uwagi/wymagania** wpisuje ich ilość oraz ewentualnie atrybut, jeżeli jest inny niż wskazany ogólnie w ofercie.

## Cena i inne uwagi:

Dane podstawowe | promocja    Ustawienia redakcyjne | techniczne    **Cena i inne uwagi**

Inne uwagi / wymagania

Dostępna w promocjach

**Cena netto dla WhitePress® \***  
Wpisz kwotę, jaką chcesz zarobić na publikacji

98,00 zł

Sugerowana cena netto dla WhitePress®: 20,00 zł ?  
Portal będzie promowany przy cenie: 14,00 zł ?

Odznacz, jeśli nie chcesz uwzględniać tej oferty w promocjach.

### Inne uwagi/wymagania:

Jedno z najważniejszych pól oferty. Jak z niego skorzystać?

1. Wydawca wpisuje tu wszystkie dodatkowe informacje dla Klienta, których nie mógł wybrać/ wpisać wcześniej w kreatorze. Przykładowo:
  - dodanie artykułu do Google News,
  - promocja artykułu na Instagramie,
  - artykuł wysyłany jest newsletterze redakcyjnym,
  - przy opcji bez napisania treści: czy w cenie jest możliwa korekta treści Reklamodawcy.
2. Pole uwagi to idealne miejsce do sprecyzowania parametrów zawartych w kreatorze. Można np.
  - dookreślić liczbę wszystkich linków możliwych w ofercie,
  - dookreślić liczbę wszystkich zdjęć,
  - ustalić wymiary zdjęć,
  - wypisać wyłączenia co do publikacji (tematyki, konkurencja),
  - określenie limitu publikacji,
  - określenie swoich oczekiwań co do treści, ich jakości.
3. Warto też skorzystać z tego pola w celu stworzenia dedykowanej oferty, skierowanej do konkretnego typu Klienta, co definiuje też rodzaj artykułu. Np. Ta konkretna oferta skierowana jest do lokalnych firm i instytucji. Treść powinna mieć charakter informacyjny, społeczny lub promujący zdrowy tryb życia, interesujący dla mieszkańców podwrocławskiej miejscowości.
4. W polu uwagi nie wolno:
  - wpisywać ceny (finalnie Klient widzi cenę z marżą platformy),
  - wyceniać dodatkowych opcji (oferta musi być skończona),
  - podawać danych kontaktowych (kontakt między Reklamodawcą a Wydawcom jest jedynie możliwy przez kreator zlecenia, chat, lub za pośrednictwem pracowników platformy),
  - używać słów niecenzuralnych.

**Dostępna w promocjach:** jeśli w przyszłości Wydawca zdecyduje się na włączenie promocji cenowej dla danego portalu – będzie ona obejmowała tylko oferty, które mają tę opcję zaznaczoną.

**Team WhitePress® zachęca do dodawania promocji.** Takie oferty będą promowane wśród Reklamodawców w podstawowych filtrach wyszukiwarki portali. Promocję dla portalu można ustawić tutaj: <https://www.whitepress.com/panel/publisher/portals/promotions>

**Cena netto dla WhitePress®** – kwota, którą Wydawca chce zarobić na jednorazowym opublikowaniu artykułu. Oferta portalu musi być cenowo skończona. Wydawca, wyceniając, uwzględnia wszystkie elementy, nawet te w polu **Uwagi**, sumuje i w polu **Cena** wpisuje finalną kwotę, którą chce zarobić. WhitePress® nie pobiera żadnej prowizji od Wydawcy, ta pobierana jest od Reklamodawcy. Atrakcyjność ceny bardzo mocno wpływa na liczbę zamówień.

Przy wycenie oferty dla WhitePress® warto zwrócić uwagę, że dostarczone artykuły są zweryfikowane, gotowe do publikacji i będą szybko opłacone. To mocne argumenty, aby zastosować dużą zniżkę w stosunku do ceny oficjalnej. Dzięki temu końcowa oferta dla Reklamodawców będzie konkurencyjna.

### **Jaką cenę mam ustawić?**

Decyzja o cenie należy wyłącznie do Wydawcy. Team WhitePress® nie narzuca poziomu cenowego, natomiast na prośbę Wydawców i Reklamodawców stworzył podpowiedź, z której oczywiście nie trzeba korzystać.

Mowa o algorytmie cenowym. Na podstawie analizy popytu na podstawie kilkuset transakcji, jakie miały już miejsce w platformie i na tej podstawie opracował wzór wyliczający cenę „domyślną” oraz cenę „atrakcyjną”. Jeżeli Wydawca ustawi cenę wyższą, niż wyliczył algorytm, poniżej pola z **Ceną** pojawią się dwa pola:

- **Sugerowana cena netto dla WhitePress®** – według naszego algorytmu, cena, przy której WhitePress może dać dobrą ofertę Reklamodawcom
- **Portal będzie promowany przy cenie** – niższa niż sugerowana, a więc poniżej algorytmu. Przy tej cenie oferta będzie dodatkowo promowana wśród Klientów za pomocą dedykowanego filtra wyszukiwarki: Atrakcyjna Cena.

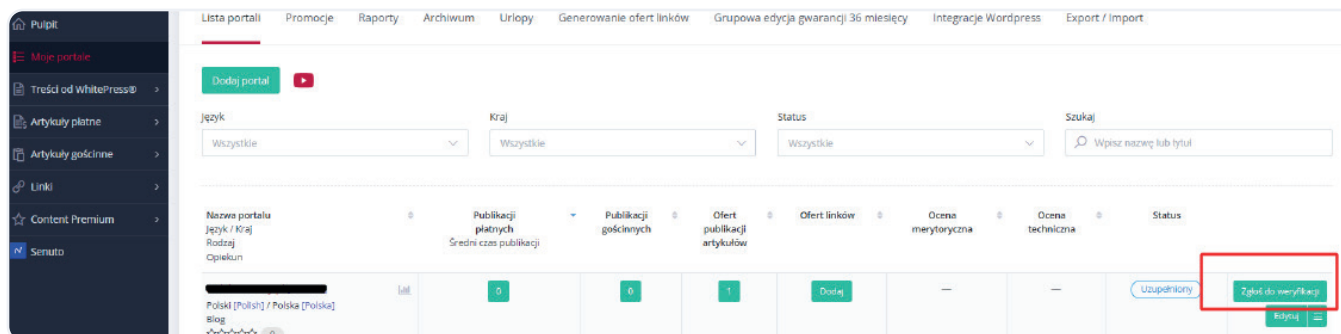




## WERYFIKACJA NOWEGO PORTALU

Jeżeli wszystkie pola kreatora edycji portalu i oferty zostały uzupełnione, wystarczy zapisać zmiany. System zapyta o zgłoszenie portalu do weryfikacji. Można też to zrobić później za pomocą przycisku: **Zgłoś do weryfikacji**. Team WhitePress® sprawdzi, czy zgłoszony portal spełnia wymagania platformy i w zależności od jakości: nada oceny i tematyki. Do tego czasu Wydawca będzie widział status: **Weryfikowany**.

**Uwaga!** System nie pozwoli zgłosić domeny do weryfikacji bez uzupełnionych danych rozliczeniowych.



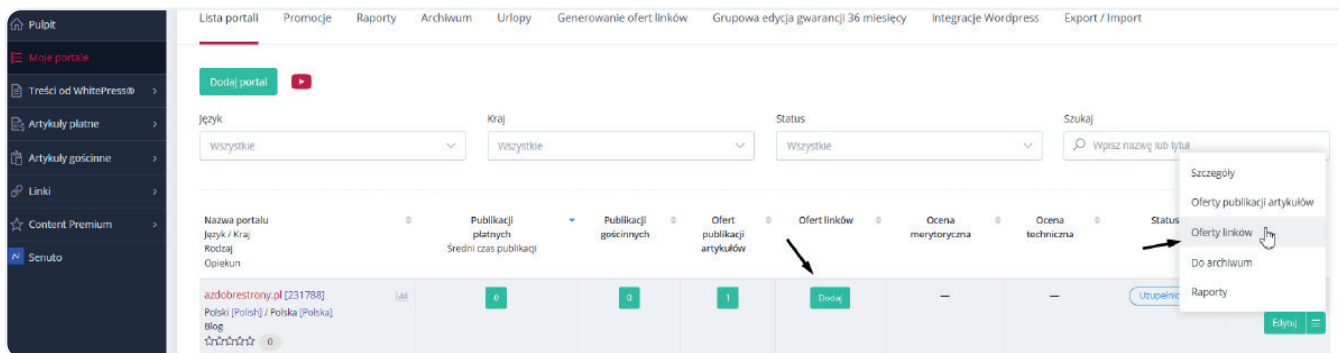
Weryfikacja portalu przez team WhitePress® trwa zazwyczaj do 1 dnia roboczego. W razie uwag jednego z opiekunów Wydawców zgłosi się do Wydawcy w celu uzupełnienia lub dookreślenia niezbędnych informacji. Jeżeli wszystko jest poprawnie uzupełnione, status portali zmieni się na Aktywne.

**Gratulacje! Portal jest widoczny w wyszukiwarce portali i może przyjmować zlecenia!**

## DODANIE OFERTY NA LINK

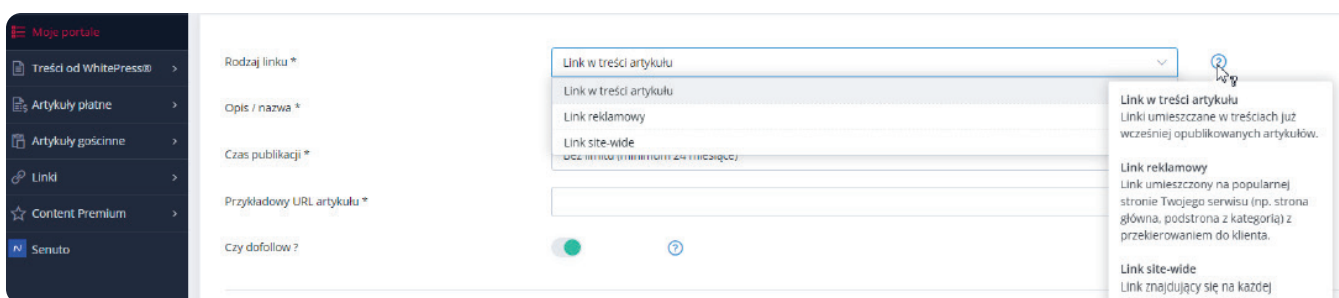
Do 2021 roku Reklamodawcy mogli zamawiać w WhitePress® wyłącznie publikację artykułów z linkami do swoich stron. To odpowiedź zapytania o poszerzenie oferty o publikowanie samodzielnych linków. Dodanie oferty na link należy do procesu dodawania portalu w celu jego aktywacji. WhitePress® poleca jednak skorzystanie z tej opcji. To dodatkowe rozwiązanie wspierające monetyzację powierzchni reklamowej portalu.

Nowa funkcja umożliwi dodanie ofert linków w treści opublikowanych artykułów lub w innym miejscu serwisu poza artykułem. Dodanie takiej oferty jest możliwe, wchodząc w zakładkę **Moje Portale** i wybierając albo zielony button: **ofert linków**, lub wybierając tożsamą opcję z hamburgera przy przycisku **Edycji** danego portalu:



Kreator oferty dotyczy 1 linku. Jest dość krótki i konkretny. Pozwala stworzyć następujące rodzaje ofert:

- **Link w treści artykułu** – dotyczy umieszczenia linku w gotowym redakcyjnym, opublikowanym wcześniej artykule na portalu Wydawcy. Oferta na link w treści nie wskazuje konkretnego artykułu pod link, te działania będą mieć miejsce dopiero na etapie zlecenia.
- **Link reklamowy** – lokalizacja na stronie, poza artykułem. Może być to link, albo baner przekierowujący na stronę Reklamodawcy. Link ten umieszcza się tylko na jednej, wskazanej podstronie bądź stronie głównej serwisu.
- **Site-wide** – formuła taka sama jak przy linku reklamowym. Różni się tym, że umieszcza się go na każdej podstronie serwisu.



### Link w treści artykułu:

**Opis/nazwa** – jest to krótka nazwa oferty, może zawierać np. długość utrzymania linku w artykule, atrybut albo tematykę artykułów, w których można umieścić linki.

**Czas publikacji** – preferowany czas utrzymania odnośnika w artykule. Do wyboru jest zakres od 1 miesiąca do ofert nielimitowanych czasowo (minimum 24 miesiące).

**Przykładowy URL artykułu** – adres URL do przykładowego artykułu na stronie. To pokazowy artykuł. Celem jest zaprezentowanie, jak wizualnie wyglądają artykuły w serwisie (czcionka, paginacja). Uwaga! Nie jest to adres artykułu, w którym zostanie umieszczony link Reklamodawcy. Artykuł każdorazowo zostanie wybrany dopiero na etapie zlecenia.

**Czy dofollow?** – suwakiem zaznacza się możliwość dopuszczenia linku dofollow, najchętniej klienci wybierają oferty z taką opcją. Linki dofollow przekazują wartość linkowanej domeny, mogą więc wpłynąć korzystnie na pozycjonowanie strony w wyszukiwarkach. Są najbardziej pożądane przez specjalistów SEO ze względu na dzielenie się autorytetem domeny. Według statystyk WhitePress® Klienci najchętniej wybierają oferty z możliwością umieszczenia linka z takim atrybutem.

Dodanie na końcu artykułu podlinkowanej informacji typu „przy współpracy z”

Czy ta oferta ma być uwzględniona jeżeli będziesz uruchamiał promocję (czasowy rabat od publikacji) na ten portal?

Dostępna w promocjach

Reklamodawca musi określić URL artykułu, gdzie ma być umieszczony link

Cena netto dla WhitePress® \* 150.00 zł

Wpisz kwotę, jaką chcesz zarobić na publikacji

Uwagi / opis (widoczne dla reklamodawców)

## Dopuszczalne sposoby zamieszczania linku:

**Linkowanie wskazanego wyrażenia w treści** – włączenie tej opcji pozwala na podlinkowanie wybranej przez Reklamodawcę w tekście frazy, wyrażenia lub słowa.

**Dodanie krótkiej treści z linkiem** – możliwość dodania, krótkiej treści lub zdania z linkiem do Reklamodawcy. Warto się zastanowić nad dokładnym określeniem długości treści.

**Dodanie na końcu artykułu podlinkowanej informacji typu „przy współpracy z”** – możliwość dodania tej informacji z linkiem do Reklamodawcy. Warto się zastanowić nad dokładnym określeniem długości treści.

Dodanie na końcu artykułu podlinkowanej informacji typu „przy współpracy z”

Czy ta oferta ma być uwzględniona jeżeli będziesz uruchamiał promocję (czasowy rabat od publikacji) na ten portal?

Dostępna w promocjach

Reklamodawca musi określić URL artykułu, gdzie ma być umieszczony link

Cena netto dla WhitePress® \* 150.00 zł

Wpisz kwotę, jaką chcesz zarobić na publikacji

Uwagi / opis (widoczne dla reklamodawców)

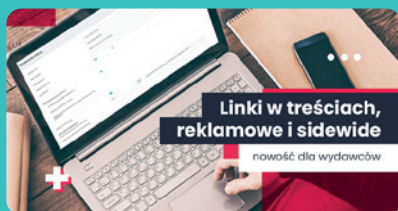
**Dostępna w promocjach** – jeśli w przyszłości Wydawca zdecyduje się na włączenie promocji cenowej dla danego portalu, będzie ona obejmowała tylko oferty, które mają zaznaczoną tę opcję.

Team WhitePress® zachęca do dodawania promocji. Takie oferty będą promowane wśród Reklamodawców w podstawowych filtrach wyszukiwarki portali. Promocję dla portalu można ustawić tutaj: <https://www.whitepress.com/panel/publisher/portals/promotions>

**Reklamodawca musi określić URL artykułu, gdzie ma być umieszczony link** – jeśli ta opcja będzie włączona, to Klient będzie musiał zaproponować, w jakim artykule zostanie umieszczony link (Wydawca może oczywiście tę propozycję odrzucić i zaproponować alternatywę). Jeśli Wydawca nie włączy tej opcji, decyzja – kto proponuje artykuł, będzie należeć do Reklamodawcy. Uwaga: polecamy, aby proponować Reklamodawcom artykuły redakcyjne.

**Cena netto dla WhitePress®** – kwota, którą Wydawca chce zarobić na jednorazowym opublikowaniu linka. Oferta portalu musi być cenowo skończona. Wydawca, wyceniając, uwzględnia wszystkie elementy, nawet te w polu Uwagi, sumuje i w polu Cena wpisuje finalną kwotę, którą chce zarobić. WhitePress® nie pobiera żadnej prowizji od Wydawcy, ta pobierana jest od Reklamodawcy. Atrakcyjność ceny bardzo mocno wpływa na liczbę zamówień.

**Uwagi / opis (widoczne dla Reklamodawców)** – miejsce do wpisania wszystkich informacji, których nie można było uzupełnić w polach kreatora. To jest miejsce, gdzie warto dookreślić ilość znaków dostępnych do dodania przez Reklamodawcę, jeżeli Wydawca dopuścił opcję dodania krótkiej treści z linkiem. Wydawca może też wpisać tematykę artykułów, w których jest możliwa publikacja i ewentualne wyłączenia.



**Linki w opublikowanych treściach**  
– nowa opcja dla wydawców WhitePress®  
[Zobacz artykuł](#)

## Linki: reklamowy i site-wide

W obu przypadkach kreator taki sam jak powyżej.

**URL, z którego jest link:** wklejony adres wskazuje tu ogólną lokalizację (czy strona główna, czy kategoria).

Pola dodatkowe to dokładne określenie lokalizacji linka do Reklamodawcy na stronie:

**Miejsce zamieszczenia linku** – należy określić miejsce, gdzie na stronie zostanie umieszczony link od Reklamodawcy. Wybór spośród dostępnych opcji w rozwijanym menu. W przypadku wyboru Inne pojawi się dodatkowe pole tekstowe do wpisania lokalizacji. Warto dokładnie określić umieszczenie na stronie, aby nie budziło ono wątpliwości Reklamodawcy.

**Zrzut ekranu miejsca, gdzie znajdzie się link:** Linki: reklamowe i site-wide to typy oferty, gdzie szczególnie jest określenie lokalizacji zamówionego linka do umieszczenia. Stąd Wydawca powinien dodać dokładny screen z wyraźnym oznaczeniem miejsca, gdzie zostanie umieszczony link Klienta.

URL z którego jest link \*

FaktyOswiecim.pl

Czy dofollow ?

Miejsce zamieszczenia linku \*

Zrzut ekranu miejsca, gdzie znajdzie się link \*

Górne menu

Górne menu

Boczne menu

Stopka

Inne

Wybierz plik lub przeciągnij



**whitepress®**

**Oferty linków**  
- jak zarabiać  
więcej na portalu?

Zobacz video



## KROK 3/3. TIPS & TRICKS. ZWIĘKSZENIE POTENCJAŁU ZAROBKOWEGO PORTALU



Podzielimy się z Tobą kilkoma sposobami, które pomogą trafić w oczekiwania Reklamodawców i sprawić, aby **Twój portal był dla nich atrakcyjny!**

### Portal

**Zadbaj o wygląd portalu w wyszukiwarce:** Dodałeś nowe treści redakcyjne, dane redakcyjne, pojawiły się nowe komentarze, a może strona ładuje się już szybciej? Zmieniłeś zakres tematyczny portalu lub ruch na nim znacząco wzrósł? Napisz do nas z prośbą o aktualizację oceny merytorycznej, technicznej i statystyk. Warto, przysyłać statystyki dotyczące ruchu co 2 lata. Inaczej oznaczamy je jako nieaktualne, a Klienci widzą to oznaczenie. Wszystkie dane dotyczące Twojego portalu zobaczysz po kliknięciu nazwę portalu (Pulpit portalu)

**Zobacz, co widzi Klient i jak wygląda konkurencja:** Nie bój się skorzystać z roli Reklamodawcy i sprawdzić, jak prezentują się inne portale w wyszukiwarce. Przeanalizuj oferty konkurencji pod względem zawartości. Pamiętaj jednak, że do ceny jest doliczana odpowiednia prowizja.

## Oferta:

- Jedna oferta to za mało! Stwórz **minimum trzy warianty** ofert.
- Przyciągnij uwagę poprzez **nazwę oferty!**
- Twórz zróżnicowane oferty, **dające przeciwne możliwości** – jeżeli dodajesz ofertę z napisaniem, pomyśl także nad opcją bez.
- Jeżeli masz taką możliwość, to warto, aby przynajmniej jedna z ofert posiadała promocję na stronie głównej oraz link dofollow. Możesz stworzyć oferty „pod SEO” i „pod zasięg”. W pierwszej opcji dajesz **możliwość dofollow**, w drugiej – **promocje na stronie głównej**, Facebooku i innych narzędziach wspierających kierowanie ruchu na opublikowany artykuł.
- **Śledź aktualności WhitePress®**. Cały czas tworzymy nowe możliwości co do rozszerzania oferty i dodatkowej monetyzacji: gwarancja ruchu, gwarancja 36 miesięcy czy możliwość dodania kategorii wrażliwych to tylko niektóre z dostępnych dla Ciebie opcji.
- Możesz zaoferować coś więcej? Doskonale! Nie przejmuj się, że w kreatorze nie masz wszystkich dostępnych opcji. **Skorzystaj z pola Uwagi** i zaproponuj Klientom dodatkowe opcje. Team WhitePress® sprawdzi, czy jesteśmy w stanie je zrealizować w module realizacji zlecenia.
- Postaraj się dostosować swoją ofertę do potrzeb platformy, możesz na przykład przygotować okrojoną ofertę względem tego co oferujesz bezpośrednio, ale za to w niższej cenie i dostępną tylko dla Klientów platformy.
- Pamiętaj, że Klienci w WhitePress® pochodzą z ponad 30 rynków! Jeżeli chcesz, aby Twoja oferta była międzynarodowa, **przetłumacz** dodatkowo wszystkie pola tekstowe **na język angielski**.
- Zastanów się nad **logiczną wyceną**: oferta z najmniejszą zawartością powinna mieć najniższą cenę, a oferta z najlepszą zawartością powinna być najdroższa.
- Jeżeli obserwujesz spadki zamówień, to sprawdź, czy Twoja oferta nie jest tańsza i korzystniejsza poza platformą. **Jednolita polityka zawartościowo – cenowa** może wiele pomóc.
- Każdy lubi promocje! Zbliża się Black Friday lub inny dzień warty świętowania? **Skorzystaj z naszego modułu promocji** i ustaw czasową zniżkę na swoje oferty.
- Nie chcesz publikować artykułów? Nie szkodzi! **Oferujemy opcję** stworzenia oferty umieszczenia **samego linka** do Reklamodawcy w treści artykułu lub na baner reklamowy.

### Idealna oferta to taka:

- która balansuje pomiędzy zachowaniem jakości portalu, a monetyzacją,
- przy której tworzeniu najpierw pracujesz nad zawartością, potem nad ceną,
- w której nie dajesz wszystkich możliwości już w najtańszej opcji,
- nad której zawartością pracujesz w zależności od wyników sprzedaży.

### Realizacja zleceń:

- Reaguj na prośby o utworzenie niestandardowych ofert pod indywidualne zapytania klientów, w razie możliwości i zachowania swoich standardów dotyczących publikacji — **bądź elastyczny**. Klienci to często przedstawiciele agencji. Jeżeli współpraca układa się dobrze, Reklamodawca wraca do Ciebie z kolejnymi projektami.
- **Nie dokonuj działań** z Klientem zarejestrowanym w platformie poza nią. Jest to łamanie regulaminu. Dodatkowo nie jesteśmy w stanie później być mediatorem w razie ewentualnych reklamacji.
- **Realizuj zlecenia w terminie**, sprawnie reaguj na zapytania. **Nie chcesz realizować zlecenia? Odmów je jak najszybciej**, aby Klient mógł wybrać inny portal. Jeżeli wiesz, że w danym czasie **nie jesteś w stanie obsługiwać działań w platformie**, przekaz obsługę innej osobie (Subkonta), albo ustaw Urlop.
- Podczas komunikacji z Reklamodawcą, **pamiętaj o kulturze wypowiedzi**.



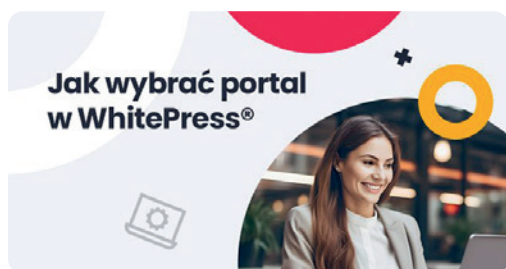


## Przydatne linki:



**Jakich portali szukają użytkownicy platformy WhitePress®? Dane z Polski i świata!**

[Kliknij tutaj](#)



**Jak wybrać portal w WhitePress®,  
by osiągnąć zamierzone cele?**

[Kliknij tutaj](#)



**Jak zarabiać więcej w WhitePress® –  
11 porad dla wydawców**

[Kliknij tutaj](#)



**Zwiększ dochody ze swoich portali –  
szkolenie dla wydawców**

[Kliknij tutaj](#)



[Kliknij tutaj](#)

 **webinar**

## Jak monetyzować swoje portale w 2024

Szkolenie dla wydawców

**whitepress**<sup>®</sup>



## Webinary WhitePress<sup>®</sup>

Nasze szkolenia online są jak idealne espresso. To merytoryczna esencja serwowana przez najlepszych baristów. Dołącz za darmo i weź udział w webinarach ekspertów WhitePress<sup>®</sup> oraz zaproszonych gości. Przygotuj swoje pytania, zaplanuj wolną godzinę i... częstuj się.

<https://www.whitepress.pl/>

Nasze webinary dostępne są też na **You Tube**

