



GLAMOUR

A DIVAT- MAGAZIN

GLAMOUR

A LEGTÖBB
PÉLDÁNYBAN
ELADOTT
GLOSSY MAGAZIN
MAGYARORSZÁGON

Forrás: Matesz gyorsjelentés 2022/Q2.

GLAMOUR



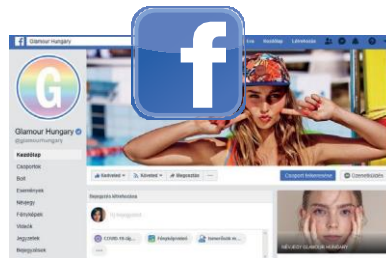


GLAMOUR

Total havi elérés:

RU: 1.456.628/hó

PV: 5.066.477/hó



210,5 ezer követő,

210,5 ezer like

Instagram:
87,1 ezer
követő



Viber:
79,7 ezer
tag



Youtube:
4,6 ezer
követő



Tik-tok:
37,1 ezer
követő



Pinterest:
21,7 ezer
követő



Aktívan vásárolt átlag
példányszám: 75.189 db
Olvasottság: 116.356 fő**

GLAMOUR

„A” DIVATMAGAZIN

Extra mellékletek,
különszám:



Események:

GLAMOUR-napok:



GLAMOUR-
applikáció:
100.000+ letöltés,
28.600+ vásárlás***

További eseményeink:

GLAMOUR *GLAMOUR*
Women of the Year *Gammies*

GLAMOUR
Beauty
FESTIVÁL

GLAMOUR-
NAGY-
KÖVET

GLAMOUR
BUSINESS

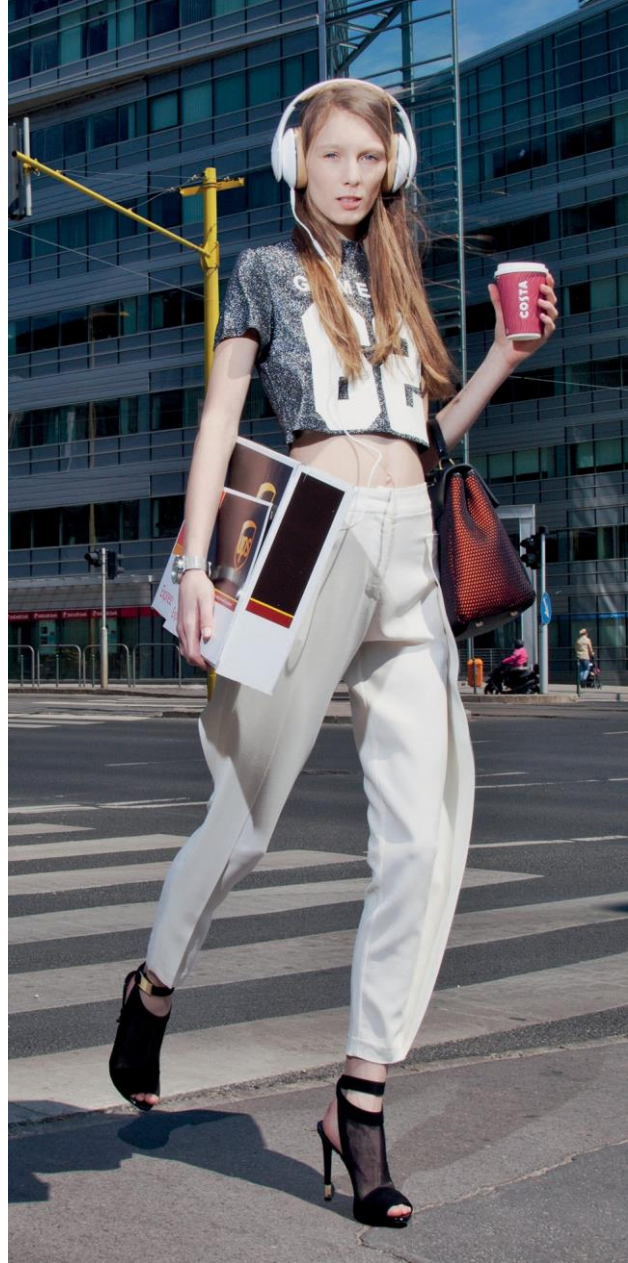
GLAMOUR
GARDRÓB-
FRISSÍTÉS

PROFIL

GLAMOUR - a divatlap

TRENDI Humoros Informatív
KIKAPCSOL DINAMIKUS
Változatos SOKOLDALÚ
NEMZETKÖZI Instant **Friss**
Inspiráló TRENDTEREMTŐ
Eredeti KÖNNYED Kreatív
SHOPPINGTIPPEK Praktikus
EXTRA TARTALMAK Elérhető
Presztízs Mit, hol, mennyiért?
IGAZI BARÁTNŐ Vizuális élmény

GLAMOUR



PROFIL

Nemzetközi márka

Inspiráló tartalom

Praktikus stíluskalauz

Központban **a divat és a trendek**

Értékes „énidő”

Minőségi megjelenés

Minden, ami trend: borozás, utazás,
vegán étkezés...

A milleniál generáció 360 fokos elérése

Kreatív megoldások a hirdetőknak

Segít a választásban

Több variáció egy témára

Elérhető luxus

Hasznos információk

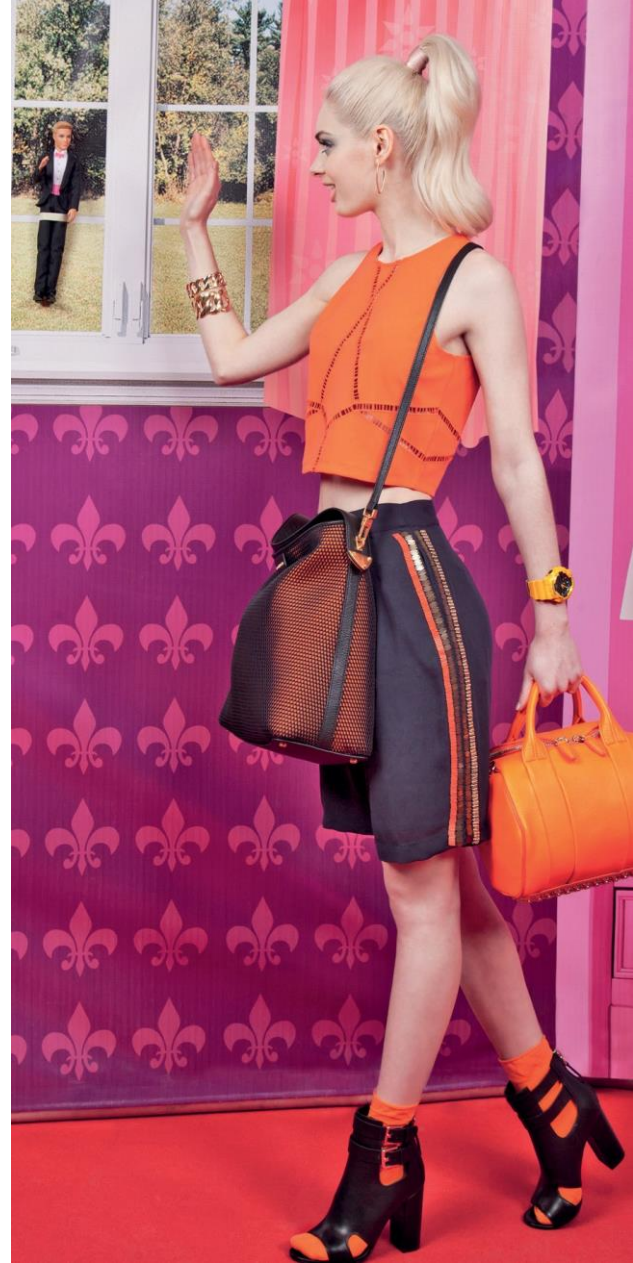
Tökéletes **shoppingkalauz**

Eredeti „pocket size” méret

Különleges **mellékletek**

Női témák lényegretörően, pozitívan

GLAMOUR



PROFIL

GLAMOUR - divatba hoz!

Erős ikon a magyar piacon, a **GLAMOUR** logó divatossá, érdekessé tesz, jó élmények fűződnek hozzá, így nagyon populáris, közismert.

Ikonikus rovat: Tedd & Ne tedd, Gardróbnapló, GLAMOUR #G-Food, Glamourama

A legtöbb márkakiterjesztéssel bíró magazin (Glammies, GLAMOUR-napok, GLAMOUR Women of the Year, GLAMOUR Shoppingpartik, GLAMOUR Summit, GLAMOUR Beautyfesztivál, GLAMOUR Gardróbfrissítés)

A GLAMOUR erős ikonjaival és imázsával, a tartalmi elemek tudatos és fókuszált szerkesztésével az elérhető luxust jelenti. Képes a 18 és 40 év közötti, vásárlóerővel bíró nőket megszólítani és vásárlásra, a trendek követésére ösztönözni.

GLAMOUR



A GLAMOUR NŐ

18 és 40 év közötti, iskolázott, Budapesten vagy nagyvárosban élő, az átlagosnál magasabb társadalmi és jobb vagyoni helyzetű nő.

Szereti és elfogadja magát, egyensúlyra, harmóniára törekszik.

Önismerettel és önbizalommal rendelkezik, ezek javításán sokat dolgozik, gondolkodik és mindig jól jön neki egy kis pozitív támogatás.

Divatos, stílusosan öltözködik.

Érdekli a legújabb divat, igyekszik a személyiségéhez illően öltözni.

Szeret vásárolni és van is rá kerete.

Külső és belső harmónira törekszik.

Kiegyensúlyozott. Ha éppen nem, akkor a GLAMOUR mindig kikapcsolja.

Energikus, aktív, mindig **nyitott az újdonságokra.**

Van véleménye és el is mondja.

Kíváncsi és nyitott a világra.

GLAMOUR



A HIRDETÉS = TARTALOM

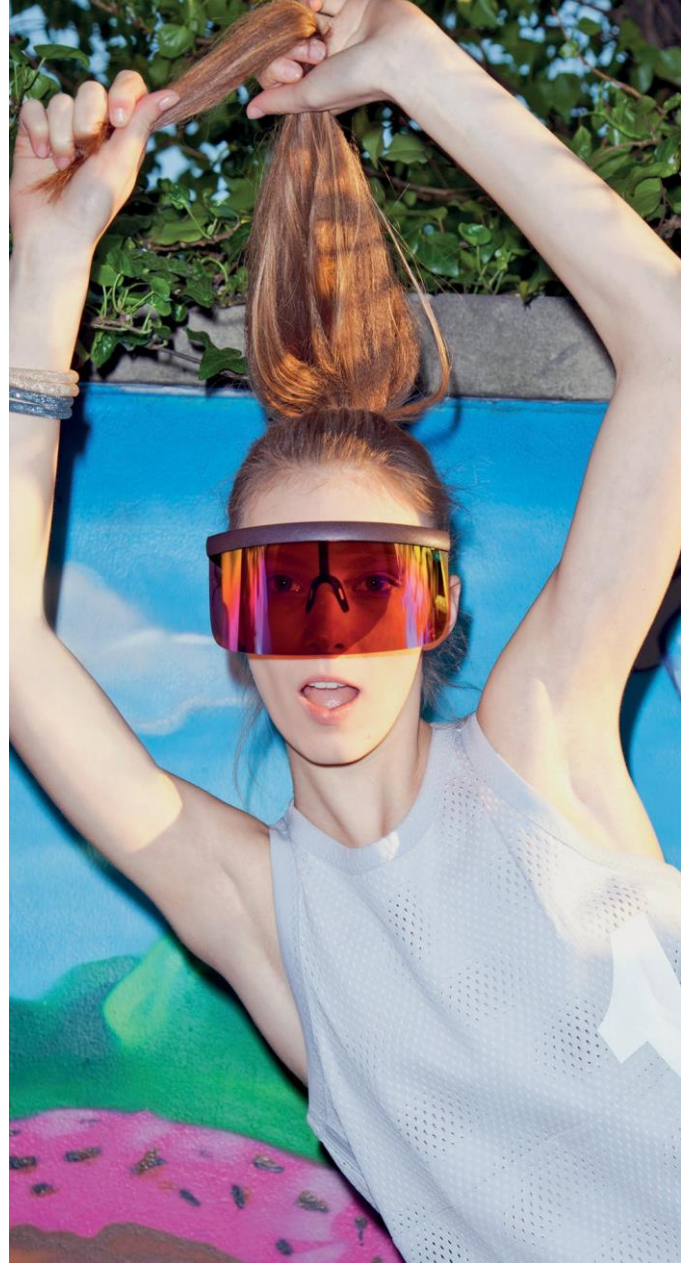
Az **újdonságokat bemutató hirdetések** a magazin szerves részét alkotják, miután az olvasók részben ezért is veszik a magazint, hogy az új trendektől, termékekről, lehetőségekről értesülhessenek.

A **hirdetéseket tartalomként érzékelik** a GLAMOUR olvasói, melyek **üzenetet közvetítenek, információértékük van.**

Tökéletes az **egyensúly** a szerkesztőségi tartalom és a hirdetések mennyisége között a nyomtatott magazinban és a divatsite-on is.

A native hirdetések specialistája a magyar GLAMOUR, hiszen ezt a most divatos formát már 14 éve gyakoroljuk a magyar piacon. A magazin bevezetése óta közismertek vagyunk a **kreatív hirdetésekről, Btl-akciókról**, izgalmas, az olvasókat megmozgató akcióinkról, hirdetési lehetőségeinkről.

GLAMOUR



HIRDETŐI ELŐNYÖK

360 fokos hirdetői kiszolgálás (print, online, közösségi média, nyereményjátékok, események, tematikus mellékletek a magazinban vagy a magazin mellé csomagolva)

A magazin hiteles, közel áll az olvasóhoz, a közösségi média csatornákon (Instagram, Viber, Messenger, Facebook, TikTok) állandó kapcsolatban állunk velük.

Az olvasó véleménye nagyon fontos a hirdetőinknek is, hiszen ők a vásárlóik. Online tesztekkel, terméktesztekkel tudunk visszajelzést adni a hirdetőknak. Számít a fiatal nők véleménye, hiszen ők a társadalom véleményvezérei!

GLAMOUR



MÉG TÖBB HIRDETÉSI ELŐNY

A GLAMOUR-események mindig **interaktívak**
A GLAMOUR lehetőséget ad, hogy a hirdető is
közelebb kerüljön a célcsoportjához, a vásárlói-
hoz, jobban megismerje őket.

A szerkesztőség: valódi szakértői csapat
a hirdetők számára

**Szerkesztőségi támogatást adunk
a hirdetéskiszolgálásban.**
Eredeti **native** tartalmakat készítünk.
Vásárlóképes fogyasztókhoz beszélünk.

GLAMOUR



MÉG TÖBB INSPIRÁCIÓ

Még több izgalmas tartalom

A mellékletekből ötleteket meríthetnek az olvasók, **vásárlásra inspirálja** őket, segít nekik hogy saját stílusukhoz, pénztárcájukhoz alakítsák a trendeket.

Információt és tanácsot ad nekik az újdonságokkal kapcsolatban: mit, hol, mennyiért, hogyan érdemes, venni, csinálni, megkóstolni stb.

Praktikus ötletekkel szolgál: hogyan lehet a kifutók divatját a hétköznapiakba beépíteni.

Több tartalmi és képi anyag inspirálja őket.

„Énidő”: ilyenkor elmélyültebb olvasást végeznek, így a hirdetések is sokkal inkább megragadják őket.

GLAMOUR



MELLÉKLETEK

Értékes extra tartalom

A magazin folyamatosan különleges mellékletekkel kedveskedik az olvasóknak.

Egy-egy speciális, mint például a **divathoz** (Trendbiblia, Tedd & Ne tedd, Ékszer, Napszemüveg), **szépségápoláshoz** (Beauty, Frizura), **aktualitásokhoz** (Fesztivál, Wellness), **utazáshoz** (Cityguide), **élethelyzethez** (Mami), **étkezéshez** (Food) **kapcsolódó területről** adnak részletes információt, **exkluzív képi és szöveges anyagokkal egészítik ki** a főlap alapkoncepcióját.

A hirdetőik így még **relevánsabb és témaspecifius környezetben tudnak üzenetet küldeni** a célcsoportjuk, vásárlóik számára.

A mellékletek a magazin szerves részei. Felkészítik az olvasót a vásárlásra.

GLAMOUR



SPECIÁLIS TÉMÁK MINDEN SZEZONBAN

Extra hirdetési lehetőségek a fő szektoroknak:

Beauty, Divat, Technológia, Utazás, Étel, Egészség

TRENDBIBLIA

Tavaszi/Nyár & Ősz/Tél



Az ikonikus TEDD & NE TEDD

rovat melléklete



KARÁCSONYI

melléklet



GLAMOUR

Beauty



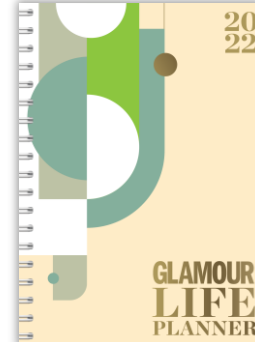
GLAMOUR Frizura



GLAMOUR Mami



GLAMOUR Naptár



GLAMOUR

NATIVE TARTALMAK

A hirdetés inspirál, vásárlásra ösztönöz.

Nekünk az a fontos, hogy **az olvasók és a hirdetőik egymásra találjanak**, mindkét fél elégedett legyen.

A hirdetés **tökéletesen kiegészíti a szerkesztőségi tartalmat.**

Az olvasóink információhségét a hirdetés és a tartalom izgalmas ötvözete együtt szolgálja ki:

- Promóciós összeállítások
- Tematikus mellékletek
- Egyedi, hirdetőre szabott tematikák
- Különleges, nagyon trendi témák, koncepciók

GLAMOUR





Glamour Applikáció – megújult!

- Előfizetéses modell (1/6/12) – 2022. tavasztól
- Folyamatos tartalmi frissítés, jelenlét (cikkek, exkluzív anyagok, magazinok)
- 3 fő esemény (tavasz, nyár, ősz)
- Állandó és időszakos akciók
- További új funkciók beépítése

2021 számokban

2

GLAMOUR-
napok

3

tematikus
esemény

1.186

kiszolgált
kupon

70.000

digitális
értékesítés

+250.000

új letöltés

500.000+

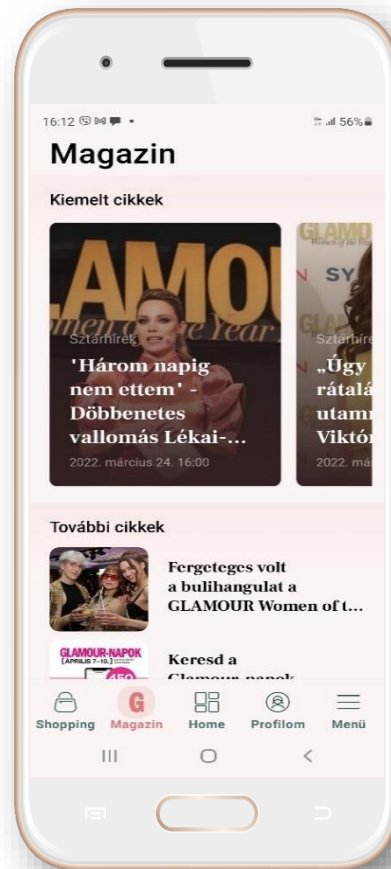
beváltás

1.000.000+

alkalmazás
indítás

2.800.000

kupon
megnyitás

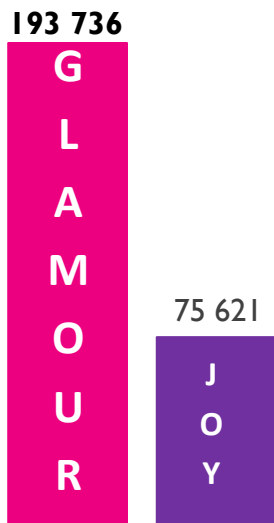


GLAMOUR

Glamour magazin - versenytársak

**Az összes aktívan vásárolt példányszámok
alakulása**

2022. január-június között a glossy piacon*



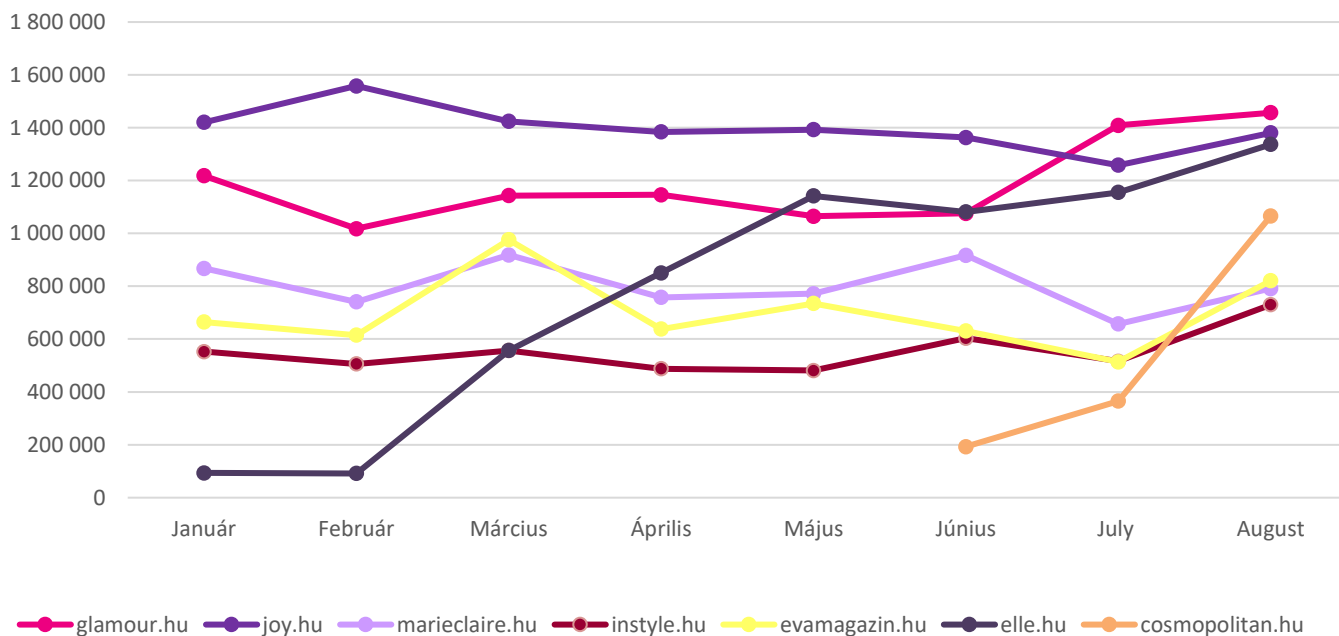
- Az aktívan vásárolt példányszám adatai nincsenek mérve hivatalosan a Matesz által az Éva, a Marie Claire és az Elle magazinoknak.
- Az Instyle kiadvány megjelent a 2022. I-II. negyedévben, de az adatközlés időpontjában még terjesztés alatt álltak, ezért a lapkiadó nem közölt adatot.
- 2022. szeptembertől újra megjelenik a Cosmopolitan.

GLAMOUR

* Forrás: Matesz gyorsjelentés 2022/Q1-Q2

Glamour.hu - versenytársak

A havi egyedi látogatók számának alakulása (RU)
(2022. január-augusztus)*



GLAMOUR

*Forrás: DKT e.Gemius 2022. jan-aug. havi átlag, A cosmopolitan.hu-nál tulajdonos váltás történt, a megújult oldal került bele a DKT mérésébe, korábban nem szerepelt a mérésben.

A GLAMOUR-KÖZÖSSÉG

Nyomtatott magazin & Divatsite & Instagram & Viber & TikTok & Facebook & Pinterest & Messenger & Youtube & **Események**

24/7

Folyamatos a kommunikáció az olvasók felé. A GLAMOUR társaságot nyújt, **közösséget** épít és ápol.

A GLAMOUR szerkesztői az olvasók **barátnőiként** vannak jelen az életükben: megbízható, törődő, sosem diktáló, parancsoló, hanem megértő társként. A GLAMOUR rendszeresen találkozik is az olvasóival: eseményeken, Shoppingpartikon, nyílt napokon.

GLAMOUR



A GLAMOUR-KÖZÖSSÉG

Azonnali visszajelzésünk van minden eseményről, történeusről, hírről és használjuk a közösségi média lehetőségeket arra, hogy az olvasók előben is velünk lehessenek.

A márkaépítés alapja, hogy megmutasd, mik a lehetőségeik, ha épp most nem vásárolnak, vásárolnak majd legközelebb. (Jó példa a rendszeres **Live közvetítés** a Shoppingpartikról)

A hirdetőik sokkal **pontosabb információt** kaphatnak a vásárlókról és a milleniál korosztályról általunk.

A kérdéseikre **azonnali, hiteles válaszok** érkeznek a valóságos olvasóktól.

Azonnali visszacsatolás a hirdetőnek.

GLAMOUR



GLAMOUR-NAPOK

Évente kétszer, a tavaszi és az őszi szezonban rendezzük meg az eredeti, általunk kitalált akciónkat, amit azóta sok GLAMOUR magazin átvett a világban és aminek számtalan másolója akadt.

Óriási médiakampány és médiafigyelem övezi a Shoppingünnepet.

Tervezetten behúzásra kerül 450 000 kuponfüzet és ezen felül az olvasók a Glamour Univerzum applikációban is megtalálják a kuponfüzetet.

Továbbá nyereményjáték, print és online kampány a teljes Ringier portfólióban (Kisegyed, Blikk Nők, Blikk, Geo, Auto Bild,) Instagram, Tik-tok, Facebook, Viber kommunikáció

Közel 180 millió Ft médiatámogatás.



GLAMOUR

A GLAMOUR-napok a **legnépszerűbb, legtrendibb vásárlási esemény** lett, amikor a **partnereink bevétele olykor meghaladja a karácsonyi bevételeket.**

Forrás: Matesz gyorsjelentés és Ringier saját adatok alapján, nyomtatott értékesítés és alkalmazáson keresztüli digitális értékesítés együtt

Köszönjük a figyelmet!