

A woman with long, wavy brown hair, wearing a peach-colored dress, stands in a room with pink floral wallpaper. To her right is a large floral wreath made of red, yellow, and pink flowers. In the bottom right corner, a wooden shelf holds several books. The word "GLAMOUR" is overlaid in large, bold, black letters on a semi-transparent pink background.

GLAMOUR

GLAMOUR

- A LEGTÖBB PÉLDÁNYBAN ELADOTT GLOSSY MAGAZIN*
- A LEGOLVASOTTABB GLOSSY MAGAZIN**



GLAMOUR - „A” divat és lifestyle magazin



GLAMOUR-APP:

400.000+

letöltés

900.000+

kupon beváltás

2023-ban

Total online forgalom*:

RU: 1.276.758/hó

PV: 6.407.976/hó



[Facebook](#)

212 ezer
követő

[Instagram](#)

109 ezer
követő

[Viber](#)

91,3 ezer
követő

[TikTok](#)

41 ezer
követő

[YouTube](#)

4,8 ezer
követő

Olvasottság:

122.260*

Értékesített

példányszám:

59 385***



Aktivitások:



Ringier

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 - 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, GLAMOUR Nagykövet, GLAMOUR Beauty Box)

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.



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, gondolkozik 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.**



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 társaként. A GLAMOUR rendszeresen találkozik is az olvasóival: eseményeken, Shoppingpartikon, nyílt napokon.

Azonnali visszajelzésünk van minden eseményről, történésről, 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.**



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 hirdetések 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 15 éve gyakoroljuk a magyar piacon. A magazin bevezetése óta közismertek vagyunk a **kreatív** **hirdetésekről, Btl-akciókról**, izgalmas, az olvasókat megmozgató akcióinkról, hirdetési lehetőségeinkről.



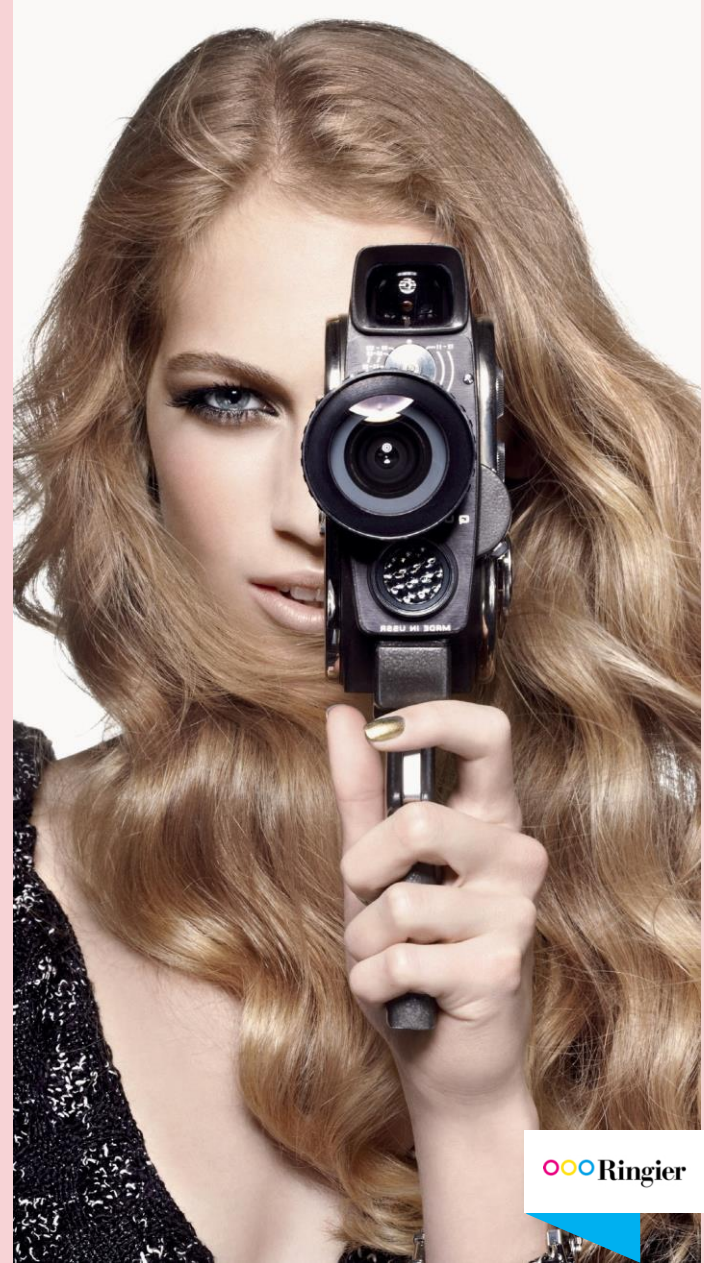
HIRDETŐI ELŐNYÖK

- 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 hirdetőknek. Számít a fiatal nők véleménye, hiszen ők a társadalom véleményvezérei!



HIRDETÉSI ELŐNYÖK

- 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.
- **A hirdetés inspirál, vásárlásra ösztönöz.**
- Nekünk az a fontos, hogy az olvasók és a hirdetők egymásra találjanak, mindkét fél elégedett legyen. A hirdetés tökéletesen kiegészíti a szerkesztőségi tartalmat.
- Az olvasóink információéhségét a hirdetés és a tartalom izgalmas ötvözete együtt szolgálja ki:
 - Promóciós összeállítások
 - Tematikus mellékletek
 - Egyedi, hirdetőre szabott tematikák
 - Különleges, nagyon trendi témák, koncepciók



SPECIÁLIS TÉMÁK MINDEN SZEZONBAN

Extra hirdetési lehetőségek a fő szektoroknak:

Beauty, Divat, Technológia, Utazás, Étel, Egészség

- 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.

Az ikonikus
TEDD & NE TEDD
rovat melléklete



Mami
melléklet



Beauty
melléklet



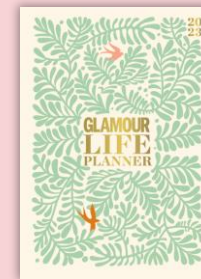
Frizura
melléklet



Karácsonyi
melléklet



GLAMOUR
Naptár





GLAMOUR Univerzum applikáció

- Éves eseménynaptár, havonta frissülő tartalommal, Glamour exkluzív hozzáférésekkel és ajánlatokkal
- Folyamatos tartalmi frissítés, jelenlét (cikkek, exkluzív anyagok, magazinok)
- 4 fő esemény (tavasz, nyár, ősz, karácsony)
- Állandó és időszakos akciók
- További új funkciók beépítése



EZ VÁR RÁD
2024-BEN AZ UNIVERZUMBAN!

Január

Premier előtti vetítés: Imádlak utálni

Február

Nyereményjáték - Women of the Year belépők
GLAMOUR Nagykövet felhívás
Premier előtti vetítés

Március

Magazin megjelenés kuponfüzettel
Selflove Beauty Box előértékesítés
Women of the Year Gála
GLAMOUR BOOK megjelenés

Április

Magazin megjelenés
GLAMOUR-napok tavasz
Power Beauty Box előértékesítés

Május

Premier előtti vetítés

Június

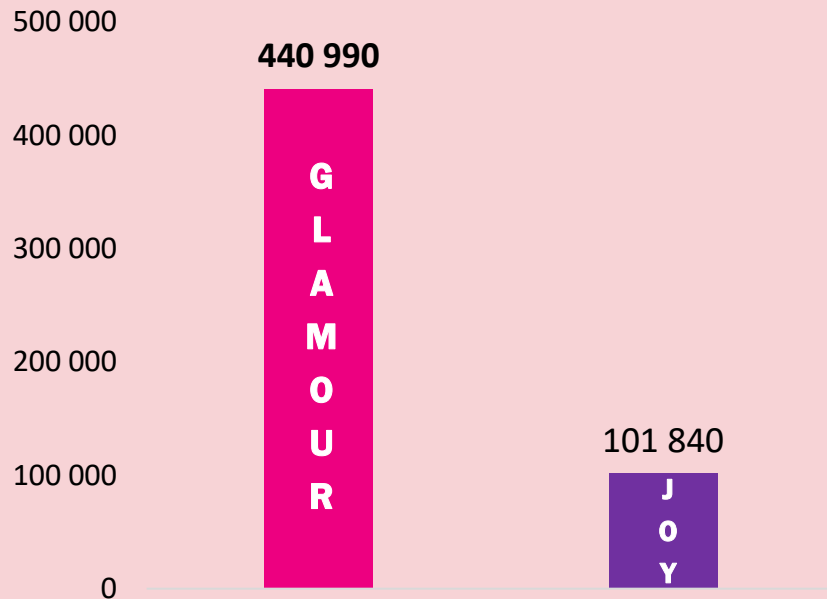
Magazin megjelenés kuponfüzettel
Mami Beauty Box előértékesítés
Nyári Beauty Box előértékesítés
GLAMOUR Book Bookazine megjelenés

Július

GLAMOUR-napok S...

GLAMOUR MAGAZIN - VERSENYTÁRSAK

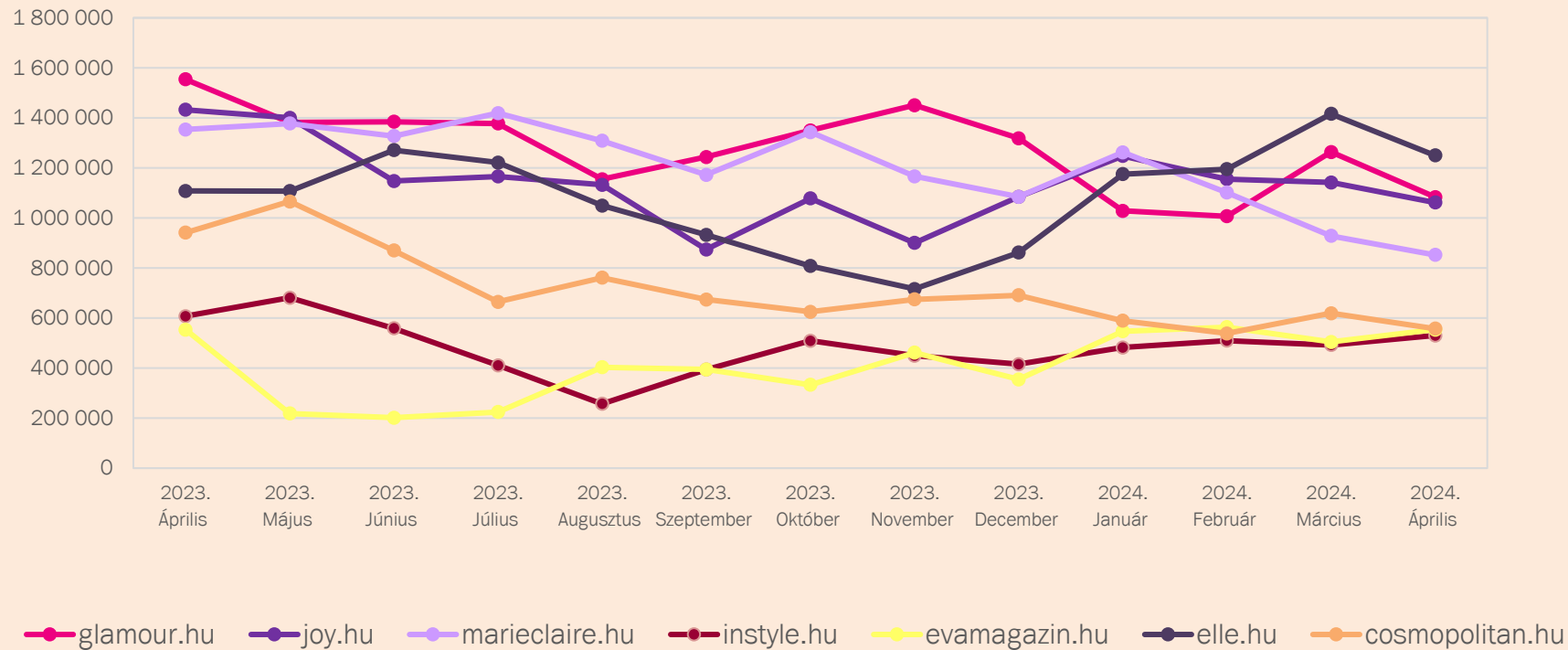
Az összes aktívan vásárolt példányszámok alakulása
2023. január-december között a glossy piacon*



- Az aktívan vásárolt példányszám adatai nincsenek mérve hivatalosan a Matesz által az Éva, a Marie Claire, az Elle és a Cosmopolitan magazinoknak.
- Az Instyle kiadvány megjelent a 2023. I-IV. negyedévben, de az adatközlés időpontjában még terjesztés alatt álltak, ezért a lapkiadó nem közölt adatot.

Glamour.hu - versenytársak

A havi egyedi látogatók számának alakulása (RU)
(2023. április – 2024. április)*





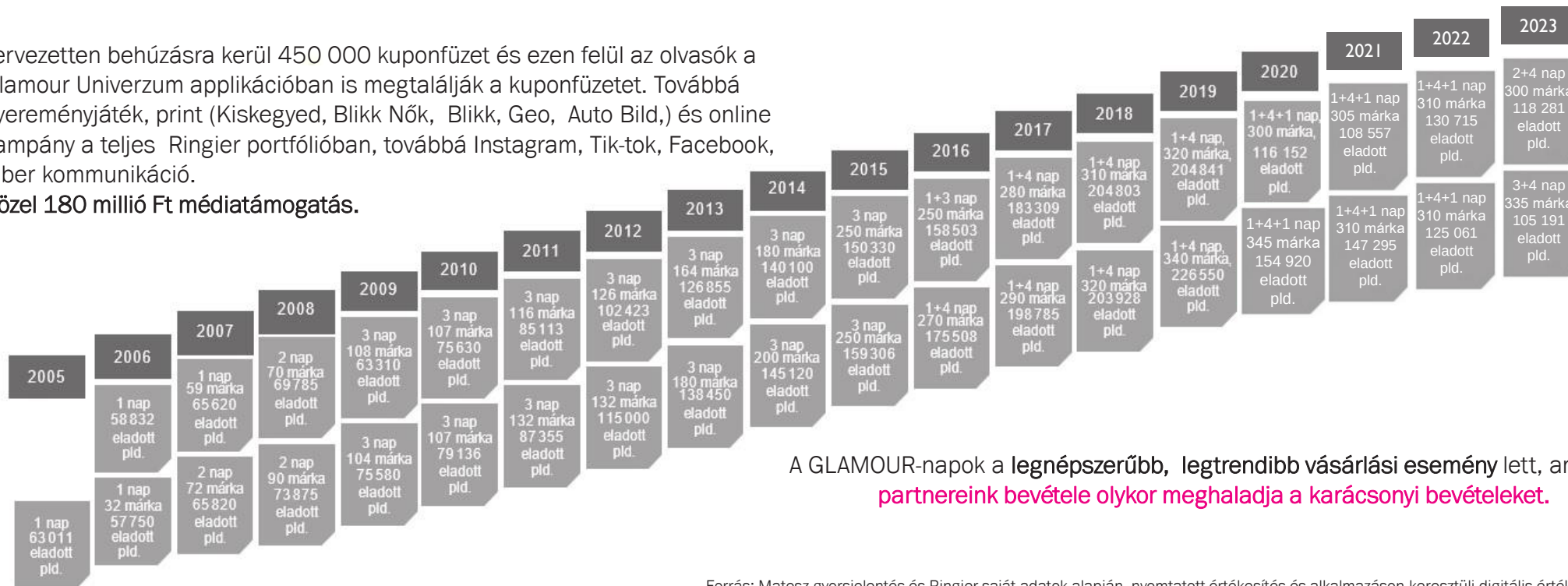
GLAMOUR-NAPOK

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

Közel 180 millió Ft médiatámogatás.



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



Ringier Hungary Kft.
1122 Budapest, Városmajor utca 11.
+36-1-488-5700
hirdetes@ringier.hu
www.ringierb2b.hu
[Facebook](#)
[LinkedIn](#)



We inform.
entertain.
connect.

Ringier
Reach
your goals