

A woman with long, wavy brown hair, wearing a peach-colored dress, is looking back over her right shoulder. She is positioned in the center-left of the frame. To her right, a large, colorful floral wreath made of red, yellow, and pink flowers is mounted on the wall. Below the wreath, a wooden shelf holds several books. The background is a light-colored wall with large, stylized pink floral patterns. The word "GLAMOUR" is overlaid in large, bold, black capital letters across the bottom of the image.

**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: 1.234.495/hó

PV: 6.630.209/hó

[Facebook](#)

217 ezer követő

[Instagram](#)

111 ezer követő

[Viber](#)

93 ezer követő

[TikTok](#)

41 ezer követő

[YouTube](#)

4,8 ezer követő

Olvasottság:

115 547\*\*

Értékesített

példányszám:

68 412\*\*\*



Aktivitások:



# 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 GLAMOURNŐ

- 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.**
- Érdeklődik 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.**



# AGLAMOURKÖZÖSSÉG

**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.

**Azonnali visszajelzésünk** van minden eseményről, történésről, hírről és használjuk a közösségi média lehetőségeket arra, hogy az olvasók élőben 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 **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 15 éve gyakoroljuk a magyar piacon. A magazin bevezetése óta közismertek vagyunk a **kreatív hirdetésekről, Btl-akciókról**, izgalmas, az olvasókat megmozgató akcióinkról, hirdetési lehetőségeinkről.



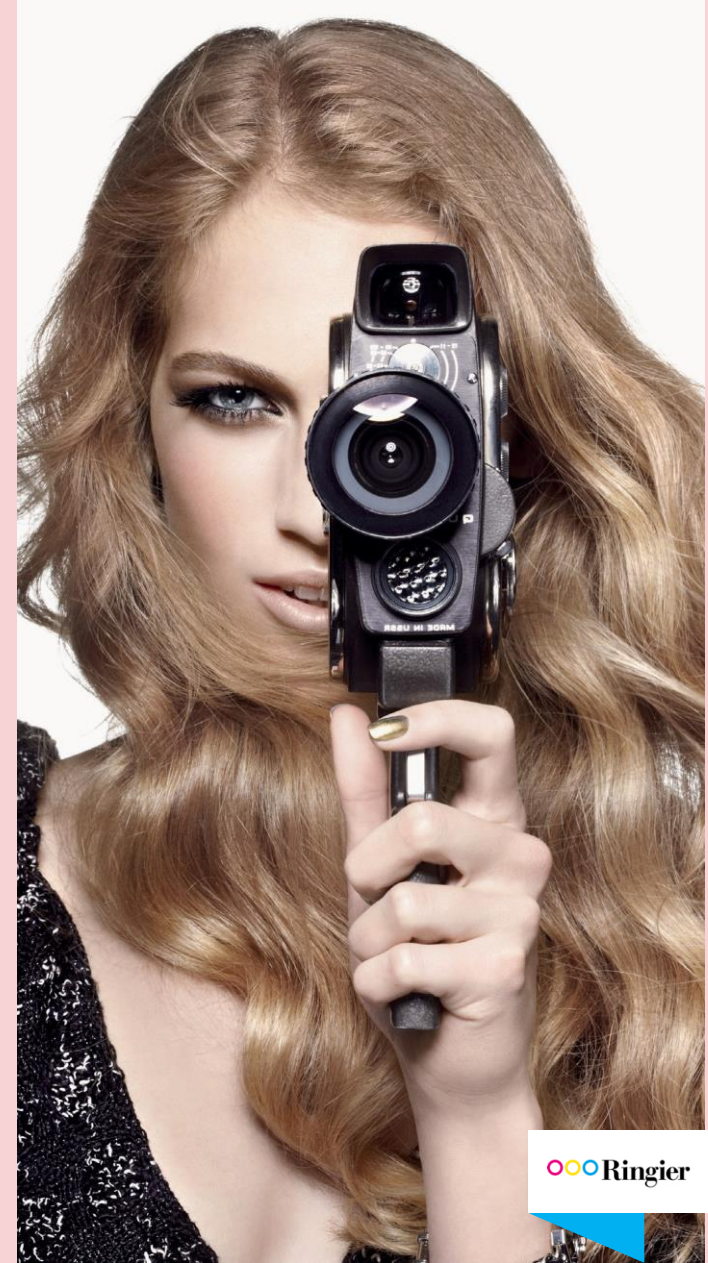
# HIRDETŐI ELŐNYÖK

- **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 hirdetés kiszolgálásban.** Eredeti **native** tartalmakat készítünk.
- Vásárlóképes fogyasztókhöz 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



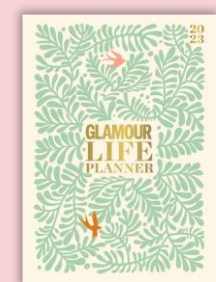
Frizura  
melléklet



Karácsonyi  
melléklet



GLAMOUR  
Naptár





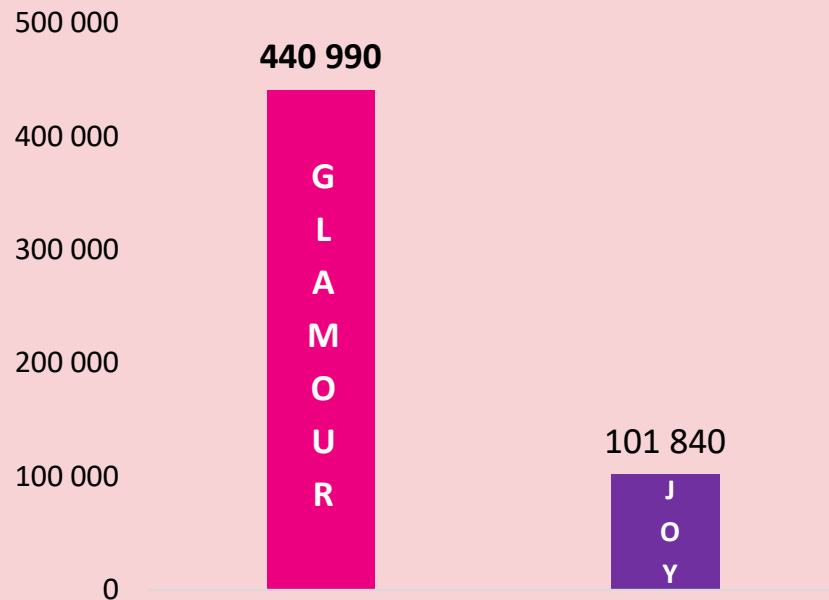
# GLAMOUR Hungary applikáció

- 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



# GLAMOUR MAGAZIN – VERSENYTÁRSAK

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

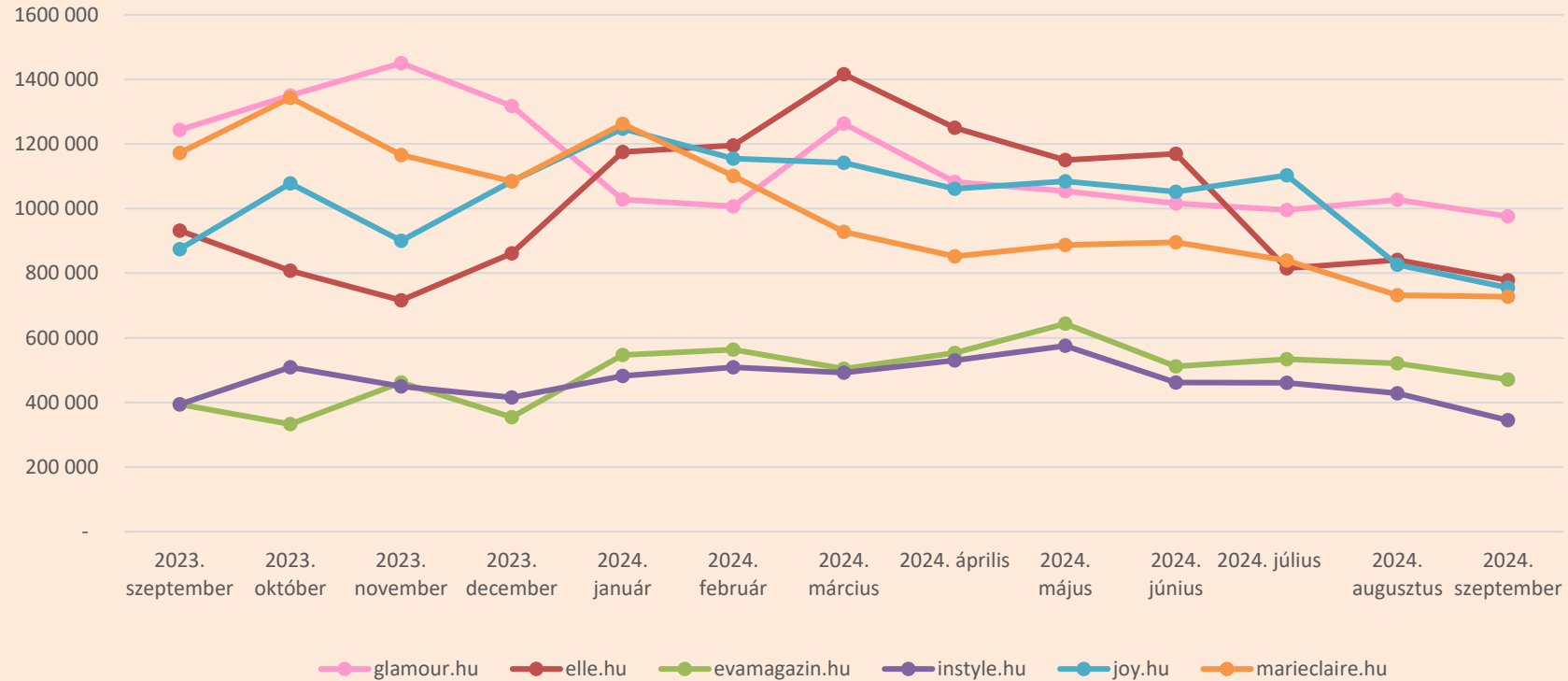


- Az aktívan vásárolt példányszám adatai nincsenek mérve hivatalosan a Matesz által az Éva, a Marie Claire, az Elle és a Cosmopolitan magazinoknak.
- Az Instyle kiadvány megjelent a 2023. I-IV. negyedévben, de az adatközlés időpontjában még terjesztés alatt álltak, ezért a lapkiadó nem közölt adatot.

# Glamour.hu - versenytársak

## A havi egyedi látogatók számának alakulása (RU)

(2023 szeptember- 2024. szeptember)\*



\*Forrás: DKT e.Gemius 2023. szept. - 2024 szept. havi átlag



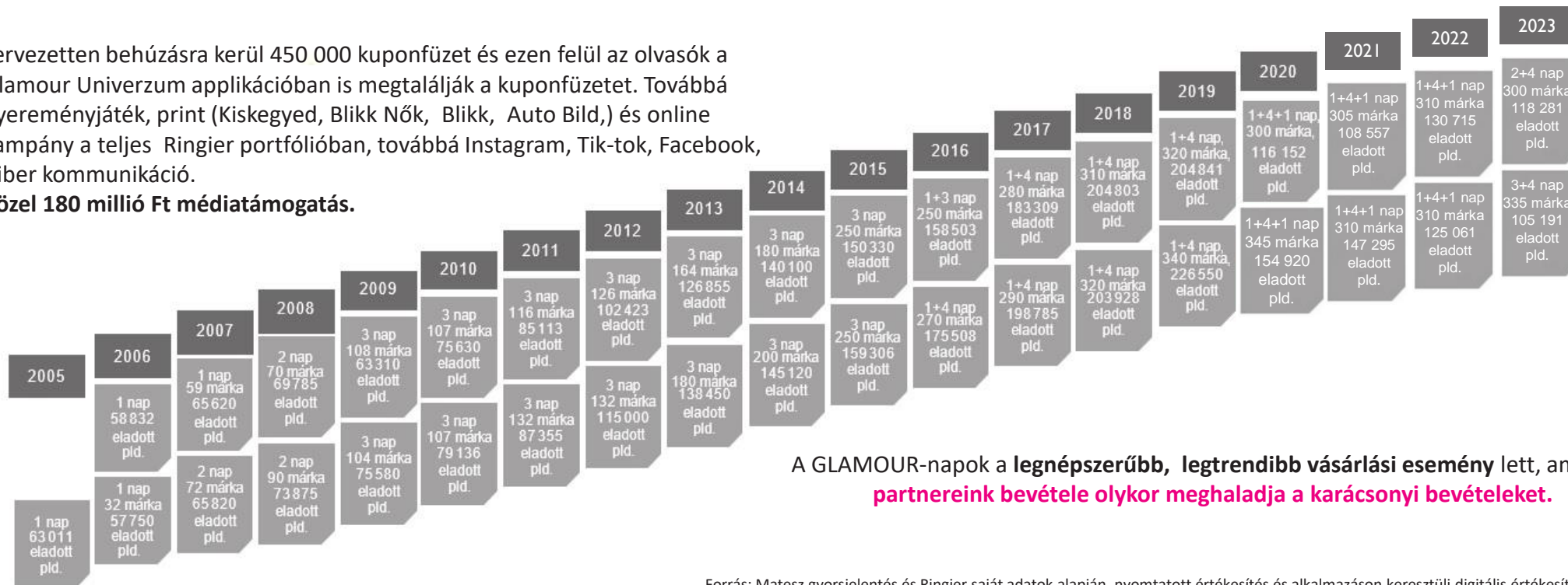
# GLAMOUR-NAPOK

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, 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](mailto:hirdetes@ringier.hu)

[www.ringierb2b.hu](http://www.ringierb2b.hu)

[Facebook](#)

[LinkedIn](#)



**We** inform.  
entertain.  
connect.

Ringier  
**Reach**  
your goals