

Grupa Money.pl po raz pierwszy w swojej 11-letniej historii przygotowuje kampanię reklamową w offline. Jej celem jest szeroko zakrojona promocja serwisów life stylowych Grupy: iWoman.pl, MenStream.pl i Platine.pl. Miesięczna kampania rusza z początkiem sierpnia, a towarzyszyć jej będą działania promocyjne obejmujące outdoor i wybrane tytuły prasowe.

Magazyny lifestyle'owe stanowią doskonałe uzupełnienie portfolio serwisów finansowych i prawnych Grupy Money.pl. – Każdy manager jest przede wszystkim człowiekiem, ma pasję, potrzeby, chęć rozrywki. Wychodząc naprzeciw potrzebom naszych użytkowników, przygotowaliśmy wyspecjalizowane portale skierowane do ściśle określonych grup docelowych – Menstream.pl dla ambitnych mężczyzn, iWoman.pl dla nieprzeciętnych kobiet i Platine.pl dla koneserów luksusu. Choć są to portale względnie młode, już teraz czyta je blisko milion użytkowników miesięcznie. Są to jednak głównie czytelnicy Money.pl, a teraz chcemy poszerzyć to grono o osoby, które nie miały szansy dotrzeć do nas przez portal finansowy. Stąd też pomysł kampanii – wyjaśnia Alina Stahl, Dyrektor ds. Komunikacji Marketingowej i PR Money.pl.

W przygotowanych specjalnie na potrzeby kampanii kreacjach podkreślone zostały wartości charakterystyczne dla bardzo już znanej marki Money.pl, w tym przede wszystkim wysokiej jakości content i przejrzystość typowa dla mediów z wyższej półki. Punktem centralnym każdego projektu jest gadżet odzwierciedlający charakter serwisu – w przypadku iWoman jest to torebka o kobiecym kształcie, zaś MenStream symbolizuje krawat w typowo męskim ułożeniu. Platine to z kolei dekadencja kobiecia w męskim przebraniu – symbol nie tyle samego luksusu, co swego rodzaju postawy, sposobu kreowania się, dystansu, który zapewnić może tylko odpowiedni stan konta.

Miesięczna kampania rusza z początkiem sierpnia, a działania w jej ramach obejmą outdoor i prasę. Kampanię przygotował zespół ds. marketingu Grupy Money.pl, przy wsparciu Grupy Reklamowej Terytorium.

[iWoman.pl](#) to pierwszy portal lifestyle'owy Grupy Money.pl, skierowany do aktywnych, nowoczesnych i niezależnych kobiet. Jest to unikalny magazyn wypełniony autorskimi treściami i komentarzami do bieżących, interesujących szczególnie kobiety tematów. Serwis jest też platformą społecznościową, której ważną część stanowi blogosfera. iWoman.pl odwiedza ponad 300 000 użytkowników miesięcznie (Megapanel Gemius/PBI, próba: maj 2011 r.).

[Menstream.pl](#) jest portalem life style'owym dla mężczyzn, wchodzącym w skład Grupy Money.pl. Jego czytelnikami są dobrze zarabiający, wykształceni i nowocześni mężczyźni, którzy interesują się kulturą i trendami. Z Menstream.pl korzysta blisko 270 000 użytkowników miesięcznie (Megapanel Gemius/PBI, próba: maj 2011 r.).

[Platine.pl](#) to portal o luksusie, który zainteresuje zarówno osoby wymagające i bardzo dobrze zarabiające, jak i tych dopiero aspirujących do tej grupy, a także przedstawicieli branży dóbr luksusowych. Platine gromadzi coraz większą społeczność stałych użytkowników – w maju było ich już ponad 140 000 (Megapanel Gemius/PBI, próba: maj 2011 r.).

Grupa Money.pl