



25.06.2015 - 17:18 Uhr

## **„Branded Content“ von Fashion Style Magazine erreicht über 80 Millionen Menschen**

Ontario (ots/PRNewswire) -

Für Label, Designer und Marken, die eine stärkere kreative Bindung zu ihrem Publikum anstreben, erweist sich das traditionelle Display-Advertising zunehmend als ungeeignet. Die monatlich über 80 Millionen Menschen erreichende Website FashionStyleMag.com [<http://www.fashionstylemag.com>] (FSM) verfügt über die ansprechendsten und beliebtesten Inhalte im gesamten Web. Dies bleibt auch den Marken nicht verborgen. FSM hat über 4,6 Millionen Fans auf Facebook. Das gesamte Referral-Aufkommen stammt insgesamt zu über 95 % von Facebook.

Marken buchen mittlerweile immer mehr "Branded Content" auf FashionStyleMag.com und steigern auf diesem Weg das Besucheraufkommen ihrer Websites. Durch die virale Verbreitung in sozialen Medien teilen zudem immer mehr Menschen ihre Inhalte. "Für Marken, die in Bezug auf ihre Produkte sehr aktiv sind, ist das grossartig. Auf FashionStyleMag.com können wir wöchentlich oder alle zwei Tage unterschiedliche Inhalte veröffentlichen! Über eine engagierte und aktive Marke zu verfügen, die in den Köpfen des Zielpublikums präsent ist, ist ein wichtiger Schritt, um unsere Kunden bei der Erreichung ihrer Ziele zu unterstützen." - Bill Grant, VP Client Relations - EngageGen.

Zu den bereits angemeldeten Kunden zählen: GAP, BAILEY44, ANN TAYLOR, American Eagle, AVIS, Boden, BUFFALO, East Dane, GUESS, G by GUESS, FANCY, Budget, GARAGE, Kenneth Cole, Fossil, Old Navy, Ray Ban, LOFT, Heels.com, Clarks und Marciano. "Immer mehr Label sind daran interessiert, auf unserer Website vertreten zu sein, weil sich der von uns verfolgte Ansatz immer mehr herumspricht. Unser Redaktionsteam versteht, was Mode- und Beauty-Inhalte ausmachen. Sie haben diesbezüglich einen grösseren Durchblick und verfügen über mehr Marktforschung, als die meisten anderen. Und dank ihrem Wissen erzielen Marken mithilfe von FSM einen höheren ROI." - Adam Brant, VP of Advertising - FashionStyleMag.com.

FashionStyleMag.com plant, die für Branded Content zur Verfügung stehenden Funktionen in den kommenden Wochen um einen "Sofortkauf"-Button zu erweitern. "Wir sind von Kunden auf dieses Feature angesprochen worden und testen es bereits im Verbund mit einigen unserer Kunden. In wenigen Wochen wird die Funktion jedoch auf der ganzen Website verfügbar sein." - Raaj Brar, CEO - FashionStyleMag.com.

Informationen zu BRAV Communications Inc.

BRAV betreibt verschiedene Websites, die in erster Linie weibliches Publikum erreichen. Die monatliche Reichweite liegt insgesamt bei über 100 Millionen Menschen. Die Schwestermarken sind: [thewomanlife.com](http://www.thewomanlife.com) [<http://www.thewomanlife.com>], [themanlife.com](http://www.themanlife.com) [<http://www.themanlife.com>], [southasianlife.com](http://www.southasianlife.com) [<http://www.southasianlife.com>] und [brav.tv](http://brav.tv) [<http://brav.tv>]. Insgesamt hat BRAV über 8 Millionen Fans auf Facebook. Die wichtigsten GEO-Länder sind: USA/Kanada, Grossbritannien, Australien, Indien und Mexiko.

Quellen: <http://ads.fashionstylemag.com> (Facebook Insights, SproutSocial 2015)

Kontakt:

Adam Brant

VP of Advertising

BRAV Communications Inc.

Tel.: +1-212-500-1173 Durchw. 702

E-Mail: [ads@fashionstylemag.com](mailto:ads@fashionstylemag.com)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100058213/100774774> abgerufen werden.