

Glamour lanceert eigen digitale TV-kanaal: Beauty TV

02-11-2016 08:24



Glamour heeft een digitaal tv-kanaal op het gebied van beauty gelanceerd. Via de app en website Glamour Beauty TV is er 24/7 interactieve, shoppable videocontent over beauty. Een belangrijke reden voor de lancering is data-mining.

Via een livestream en on demand worden er elke dag gratis webseries op het gebied van beauty aangeboden. Deze series zijn gemaakt door Glamour in samenwerking met beauty-autoriteiten in Nederland zoals bekende vloggers, bloggers en beauty-experts van Glamour zelf.

Kijk, klik, koop

Een seizoen op Glamour Beauty TV duurt zes weken en biedt iedere dag een vaste programmering, net zoals een 'gewoon' televisiekanaal. De livestream is direct zichtbaar als men de app opent. De video's zijn interactief. Het is mogelijk direct meer informatie te krijgen over het product uit de video en/of het product direct te kopen. Daarnaast bevat de app een functie waarmee gebruikers zelf video's kunnen uploaden.

Minder afhankelijk van grote platforms

Sanne Groot Koerkamp, hoofdredacteur van Glamour: "Het aanbod aan online beautyvideo's is enorm, maar we ontdekten dat er behoefte is aan volwassen content. Ook vrouwen ouder dan twintig jaar willen weten hoe je een smokey eye maakt, of hoe het er écht aan toegaat in een waxsalon. Alle beautyexpertise die Glamour al tientallen jaren en wereldwijd heeft opgedaan, wordt nu honderd procent ingezet. Een andere reden dat we zelf een app hebben ontwikkeld, is data-mining. De macht van platforms als Facebook en Youtube is gigantisch.

We zijn minder afhankelijk als de content die we maken zoveel mogelijk via ons eigen platform wordt bezocht en de data ook van onszelf is. Ik ben vooral trots op de innovatieve functies van de app. We zijn het eerste merk in Nederland dat gaat experimenteren met shoppable- en user generated videocontent. En last but not least vind ik het geweldig dat retailpartner Douglas en launchpartner L'Oréal ons vernieuwende platform ondersteunen."

Humor & expertise

Nicolette Reinhoudt, marketing director van L'Oréal: "Onze doelgroep is steeds meer op zoek naar interessante, kwalitatieve content. Glamour Beauty TV vinden wij een innovatieve mediapartner die met de juiste tone of voice onze verhalen vertelt; met humor, expertise en geplaatst binnen een inspirerende context."

De perfecte combi

Renée Hugen, e-commerce manager bij Douglas: "De samenwerking met Glamour biedt voor ons een nieuwe mogelijkheid om op inspirerende wijze in contact te komen met onze doelgroep. Professionele videocontent op Glamour Beauty TV wordt gekoppeld aan het e-commerce platform van Douglas, waarop het grootste beautyassortiment van Nederland te vinden is. Voor beauty lovers een perfecte combi: de nieuwe trends volgen, beautyproducten ontdekken én je ideale mascara of lipstick in een handomdraai bestellen!"

Technisch ontzorgen

TradeCast ontwikkelde de techniek van de app. Yillmaz Schoen, CEO van Tradecast: "Onze techniek is de enige totaaloplossing voor tijdschriftuitgevers die een eigen online videoplatform willen starten. De focus van ons bedrijf is technisch ontzorgen. Zodat Glamour zich kan concentreren op waar het voor de kijkers écht om draait: het produceren van kwalitatieve videocontent, dat dankzij het TradeCast-platform volledig gericht is op interactie met lezers."