21 июля мы запустили новый продукт – РБК Life. Более детально идею проекта представит ее руководитель Роман Фарботко:

Площадка значительно расширит Lifestyle-направление внутри холдинга и покроет контентные ниши, которые ранее в РБК не были представлены системно. РБК Стиль продолжит развиваться в люкс-сегменте, в то время как РБК Life нацелен на более массовую аудиторию.

 Перед РБК Life стоят амбициозные бизнес-задачи, которые мы рассчитываем решить в том числе за счет дополнительных форматов потребления контента. Мы реализовали игровую механику с квизами и викторинами, предложили рынку контент со встроенными элементами маркетплейса, внедрили коммерческие виджеты.

 Концептуально РБК Life – это прежде всего гид по свободному времени, при этом мы сознательно отказались от классического для такого типа медиа рубрикатора. Вместо него тематические вертикали разделили в зависимости от типа времяпрепровождения, всего таких вертикалей восемь: посмотреть, почитать, поиграть, полистать, стать лучше, поесть, потратить и погулять.

 К производству контента РБК Life привлек партнеров с высокой степенью экспертизы и блогеров. Коммерческим партнером запуска РБК Life стал онлайн-кинотеатр Premier.