

Nowe oblicze „Wprost” w sieci

Tygodnik „Wprost” udostępnił w weekend nową odsłonę swojego serwisu internetowego Wprost.pl. Portal zyskał nowoczesny wygląd i nowe funkcjonalności.

„Zbudowaliśmy nowy portal od podstaw. System zyskał nowoczesną architekturę, która umożliwia modułową rozbudowę i szybkie operowanie sekcjami” – mówi odpowiedzialny za projekty cyfrowe w PMPG Polskie Media, wydawcy „Wprost”, Jerzy Szulwic. Dodaje, że redakcja zyskała nowy, autorski CMS, zbudowany od podstaw przez wewnętrzny 3-osobowy dział deweloperów. Nowy CMS daje redakcji bardzo duże możliwości tworzenia bogatych w formy treści. „Łączenie tekstów z treściami video, cytatami z mediów społecznościowych, infografikami i animacjami wykorzystującymi wysokiej jakości zdjęcia wprowadzi do serwisu dużo dynamiki i uatrakcyjni odbiór. Dzięki nowoczesnym systemom analitycznym, rozsyłania newsletterów czy baz danych dział marketingu zyskał narzędzia do efektywniejszego angażowania użytkowników i bardziej precyzyjnego targetowania treści” – wyjaśnia Szulwic.

Serwis został też zoptymalizowany pod kątem reklam.

Z punktu widzenia czytelników najważniejszą zmianą jest nowy layout, który ułatwia poruszanie się po serwisie i docieranie do najnowszych informacji. W najbliższych tygodniach będą wprowadzane kolejne funkcjonalności np. możliwość rejestrowania się użytkowników.

Nowy serwis jest w responsywny, nie ma konieczności utrzymywania dotychczasowego serwisu m.wprost.pl.

Wdrożenie nowego serwisu internetowego jest pierwszym etapem działań związanych z odświeżaniem marki „Wprost”.

W serwisie Wprost.pl internauci znajdą m.in. wiadomości, komentarze, opinie i blogi m.in. autorów tygodnika. Serwis oferuje także dostęp do archiwum tygodnika począwszy od 1998 roku.