

ONDERZOEK RELATIEMAGAZINES MILLWARD BROWN

ONDERZOEKSRÉSULTATEN

Millward Brown deed in maart 2005 onderzoek onder 4.500 consumenten, zowel lezers als niet-lezers van relatiemedia. In het onderzoek werden verschillende titels uit 3 sectoren onder de loep genomen: retail, automotieve en financiële dienstverlening. Uit het onderzoek bleek dat sponsored magazines meer aanzetten tot respons dan tot op heden werd aangenomen.

RESPONSE

78 procent van de lezers onderneemt actie na het lezen van een relatiemagazine: dit varieert van het gebruiken van een recept of het meedoen aan een lezersactie, tot het aanschaffen van een bepaald product. De gemiddelde response was 44 procent.

LOYALITEIT AAN HET MERK IS OOK VERKOOPBEVORDEREND

De loyaliteit aan een bepaald merk is onder lezers van een sponsored magazine 32 procent hoger dan onder niet-lezers. Door de toegenomen merkvoorkeur geven lezers, van de besteding die ze doen in de branche waarin het merk van het sponsored magazine zich bevindt, gemiddeld 8 procent meer uit bij het betreffende merk. In de retailsector ligt dit percentage zelfs op 21 procent. Een sponsored magazine vergroot dus tegelijkertijd de loyaliteit en verhoogd de verkoop.

KWALITEIT IS GELD

Lezers besteden gemiddeld 25 minuten aan een sponsored magazine. Dat staat gelijk aan 50 tv-spots van 30 seconden. Een onafhankelijke redactionele inhoud van het relatiemagazine geeft een significante versterking van het merkimage met gemiddeld 9 procent. De kwaliteit van de redactionele inhoud is de sleutelfactor van deze stijging. Laat de kwaliteit te wensen over dan is de overtuigingskracht minder én is dit merkbaar aan de (stijging van de)

bestedingen van de lezers.

WAARDERING

Het feit dat een relatiemagazine gratis is, heeft geen negatieve invloed op de waardering: respondenten geven aan net zo lief een relatiemagazine te lezen als een publiekstijdschrift. Bovendien leest men gemiddeld net zo lang in een sponsored magazine als een publieksblad: ongeveer een half uur. Een sponsored magazine ligt ongeveer net zo lang bij de tijdschriften in de huiskamer als een publieksblad: ongeveer een week. In veel gevallen (ongeveer 35 procent) wordt het daarna doorgegeven aan familie of vrienden of wordt het opgeborgen voor later gebruik, als naslag-informatie.

VERBINDING

Ontvangers van een sponsored magazine geven aan dat ze zich betrokken voelen bij de titel: het is hun blad dat speciaal voor hun gemaakt wordt. Lezers verbinden zich met de redactionele inhoud. Dit resulteert in een winstgevende dialoog van merken met hun klanten.

ENKELE ONDERZOEKSRÉSULTATEN

- Leestijd: gemiddeld 25 minuten, best gemeten: 40 minuten
- Omvang: 57 procent van de lezers leest de helft van het magazine of meer. Bij het best gelezen relatiemagazine is dit 78 procent.
- Frequentie: meer dan 25 procent van de lezers heeft het sponsored magazine meer dan 3 keer in zijn handen.
- Bewaren: meer dan 67 procent van de lezers bewaart het sponsored magazine langer dan een week
- Relevantie: meer dan 60 procent van de lezers laat zich positief over de inhoud van een magazine uit. Men beschouwt en beoordeelt de inhoud expliciet als relevant.



Millward Brown is een onafhankelijk en toonaangevend onderzoeksbureau wat expertise heeft op het terrein van branding en communicatieonderzoek, Millward Brown heeft meer dan 20 jaar ervaring in internationaal onderzoek en bevindt zich in Nederland tot de top 5 van marktonderzoeksbureaus.

'HAAL ALLES UIT UW RELATIES'



Het creëren van binding met uw relaties is een van de doelstellingen die wordt gerealiseerd door het inzetten van een eigen

magazine. Riche is een succesvol relatiemagazine dat - voorzien van uw eigen logo en content - een positieve bijdrage levert aan uw imago.

'Unique Selling Points'

- * Een unieke redactiemix van lifestyle en finance
- * In elke uitgave artikelen over hypotheek, fiscaliteiten, verzekeren, financial planning en beleggen
- * Een glossy uitgave met ruim zestig pagina's fraai vormgegeven
- * Verschijnt 2 keer per jaar, in het voor- en najaar, op A4 formaat
- * Al meer dan 10 jaar een bewezen succesvolle marketingtool

'Profit'

- * Wij nemen u alle werkzaamheden uit handen, van concept, redactie tot verzending
- * Doordat er meerdere afnemers zijn profiteert u mee van het inkoopvoordeel
- * Vanaf € 2,25 inclusief eigen cover, voorwoord en advertentie
- * U onderscheidt uw bedrijf met deze professionele uitgave

KIJK OP DE WEBSITE VOOR EEN DIGITALE VERSIE VAN RICHE OF BEREKEN UW VOORDEEL
WWW.RICHEMAGAZINE.NL



TRIPLE i

Financial Marketing Consultants BV

Tel: 0294 239 658

e-mail: info@richemagazine.nl

TRIPLE I geeft ruim 15 jaar verschillende uitgave uit waaronder Riche, CASH, InFinance en het Second Home Magazine.