Vrolijke uitgevers

27-11-2012 13:28

Het resultaat: 30% meer abonnementen, verhoging van de inkomsten en een verlaging van de kosten wat resulteerde in een enorme toename van het rendement.

Uitgever B startte met een nieuw vakblad maar kreeg geen advertentie verkocht. Hij besloot snel om het anders te gaan doen. De pagina's die waren gereserveerd voor advertenties werden gevuld met goede artikelen. Hij bestede meer aandacht aan de vormgeving en fotografie en verhoogde de verkoopprijs van 10,- naar 20,-. Tegelijkertijd zette hij internationaal een enorme pr campagne in gang.
Het resultaat: Geen tijd en kosten meer voor de advertentieverkoop. En een forse groei in abonnementen waarmee het blad direct renderend werd.

Beide uitgevers lieten zich niet afleiden door onwillige adverteerders. Beide zagen hun kracht in de inhoud van hun blad en weten dat op verschillende manieren om te zetten in een renderende formule.
En daar wordt je in deze tijd wel vrolijk van!

Lucas Pijfers