Bladenparade: initiatief om tijdschriften te promoten

08-10-2013 08:40

De Bladenparade dient dan ook meerdere doelen. Voor de winkeliers van AKO, Bruna en Primera genereert het traffic naar de winkels. Voor de tijdschriftuitgevers biedt het een kans om gezamenlijk een prachtig product onder de aandacht te brengen en op een effectieve manier lezers in staat te stellen om nog meer leesplezier te beleven. En ten laatste en minstens even belangrijk is het vooral een initiatief dat de tijdschriftlezer in het algemeen in staat stelt om in aanloop naar en tijdens de herfstvakantie meer en vaker tijdschriften te kopen tegen een aantrekkelijke prijs.

De actie wordt groots gecommuniceerd. Naast advertenties in meer dan 100 publiekstijdschriften, online banners op sites van uitgevers en retailformules, nieuwsbrieven en social media, worden de winkelvloer en huis-aan-huis folders ingezet om de actie te ondersteunen.

Enkele quotes van de initiatiefnemers:
"Een uitstekend initiatief van de gehele tijdschriftenbranche om de losse verkoop van tijdschriften een impuls te geven".

Auke Visser voorzitter Groep Publiekstijdschriften

“Tijdschriften zijn een belangrijke “versgroep” in onze 450 winkels. De Bladenparade is een uniek en uitstekend initiatief van uitgevers en retail, waarbij de handen ineen geslagen zijn. Het doel is duidelijk en scherp omschreven; het tijdschrift in the picture, een boter bij de vis actie en daarmee een gegarandeerde klantenstroom voor tijdschriften. Gezien de eerste reacties van onze ondernemers en eigen mensen, verwacht ik er veel van.”
Gert van Doorn commercieel directeur Primera

“Onze Bruna winkels zijn er klaar voor om van deze fantastische actie een groot succes te maken!”
Johan Westerbeek commercieel directeur Bruna

“De tijd van nu vraagt om samenwerking die individuele belangen overstijgt. De Bladenparade is door haar omvang een uniek initiatief in de wereld van tijdschriften: een samenwerking tussen alle uitgevers van Nederland, drie retailers en twee tijdschriftendistributeurs om de tijdschriftenomzet een positieve impuls te geven”.
Sjaak Mark algemeen directeur AKO