Wegener positief over pilot met digitale extra’s

27-11-2013 09:45

Eerste resultaten positief
Eind juni 2013 werd gestart met een pilot bij Brabants Dagblad. Op basis van deze ervaringen zijn producten en de campagne geoptimaliseerd voor uitrol bij de overige zes titels van Wegener. Doelstelling is om voor het eind van dit jaar 30% registraties onder abonnees te hebben gerealiseerd. Eén week nadat de laatste titel live ging, staat de teller al op ruim 26%. De campagne loopt door tot eind 2013.

Peter Vertregt (directeur Marketing & Sales): “Onderzoek onder abonnees van Brabants Dagblad wijst uit dat toevoeging van digitale nieuwsproducten de waardebeleving onder onze abonnees versterkt. De Net Promotor Score is verbeterd en de opzegintentie daalt. Verlenging van abonneeduur is een belangrijk resultaat, ruim een derde van de abonnees geeft aan dat de toevoeging van digitale nieuwsproducten reden is om abonnee te blijven.”

Crossmediale campagne effectief
De marktintroductie campagne bestaat primair uit advertenties in eigen dagbladen en op de nieuwssites, aangevuld met een e-mail campagne. Voor de start van de campagne waren ca. 37.000 abonnees geregistreerd voor één of meer digitale nieuwsproducten. Sinds de campagne zijn hier al ruim 139.000 abonnees bijgekomen. Het aantal registraties neemt momenteel per dag nog steeds met bijna 2.000 toe.

SLUIT HET UITGEEFJAAR POSITIEF AF: Kom op 11 december naar het inct.diner in Haarlem