

Sanoma rondt strategische heroriëntatie af

13-10-2014 10:07

De samenwerking tussen de glossy merken en SBS wordt extra kracht bijgezet door de vier merken te verhuizen naar Amsterdam. Vanaf 1 januari 2015 zullen de redacties, marketing en sales in het SBS-pand gevestigd zijn.

Domeinstrategie

Sanoma zette eerder dit jaar in op een domeinstrategie. Met een geïntegreerd pakket aan media -print, digitaal, events, video en televisie - zet Sanoma in op de domeinen Women's Interest, Kids & Teens, News & Entertainment, Automotive en Home Deco. Eerder dit jaar benoemde Sanoma een Domain Director Women om alle media van Sanoma en SBS optimaal te benutten binnen het domein Women's Interest. De glossy merken gaan hierin en binnen Entertainment een rol spelen.

Strategische heroriëntatie afgerond

Sanoma kondigde vorig jaar een grootscheepse reorganisatie aan waar zij duidelijk koos voor focus binnen haar printportfolio. Behalve de glossy merken, zijn alle merken die onder strategische heroriëntatie stonden door Sanoma verkocht. Een klein aantal is opgegaan in een bestaande titel.

19 november: inct.spiratie 2014

Het congres voor marketeers en uitgevers

8 topsprekers over marketing & sales in de uitgeverij

[Meer info & aanmelden](#)