

Elly's Choice verruimt keuze

02-06-2015 08:46

De samenwerking met de tv-zender heeft twee redenen: het promoten van het digitale lezen en natuurlijk de promotiemogelijkheden voor de titels zelf. Men is bij Elly's Choice 'meer dan tevreden' over het aantal gebruikers van Elly's Choice: 50.000 mensen hebben sinds de lancering in augustus vorig jaar op zijn minst een proefabonnement van een maand gehad. Dat leidt in ieder geval tot een positief resultaat, maar men had verwacht dat de groei nog iets sneller zou gaan.

Daarom wil men de werving voor Elly's Choice nog een extra impuls geven: er zijn ook partnerships gesloten met tijdschriften zoals *Margriet* en *Jan*. De ANWB gaat haar leden een proefabonnement van een maand aanbieden. Daarnaast krijgt Elly's Choice een prominente plaats in de fysieke winkels van de organisatie.

Zeer tevreden is men over de b2b-markt. De samenwerking met Samsung en CheapTickets is bevallen en er zijn inmiddels ook deals met Texaco en ING. Via scholen gaat men nu ook de jeugd proberen te bereiken.

(Bron: Boekblad)