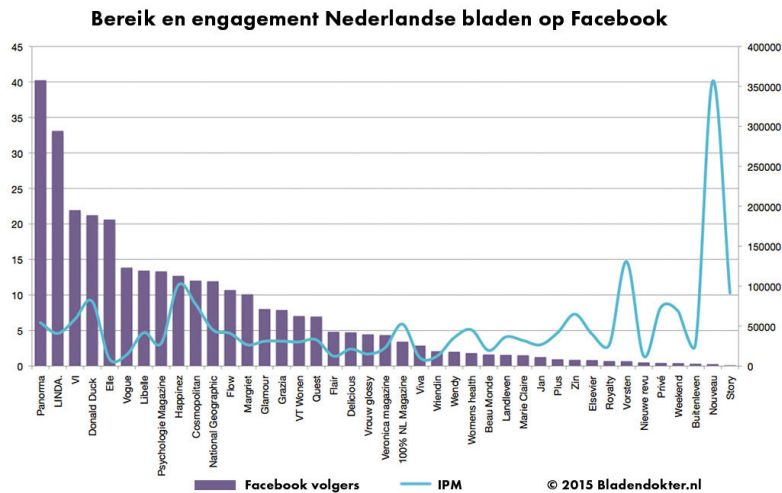


Onderzoek 2015: engagement Nederlandse bladen op Facebook

11-06-2015 13:33

Facebook is voor veel magazines het uitgelezen medium om interactie te hebben met de doelgroep. Logisch, want veel reacties op een bericht, betekent een groter bereik. De volgers zijn namelijk voor een groot deel verantwoordelijk voor de distributie van content op Facebook. En dan zijn de acties van volgers dus belangrijker dan hun aantallen.



De belangrijkste conclusies uit het onderzoek naar Nederlandse bladen op Facebook zijn dat de populariteit van het mediameerk in print niets zegt over de populariteit op Facebook en dat populariteit op Facebook ook niets zegt over de mate van engagement. De bladen met de meeste lezersinteractie zijn kleine magazines, die minder frequent content posten, maar wel worden gekenmerkt door één van twee dingen: special interest en een vrouwelijk, vaak iets oudere doelgroep.

Lees verder bij [De Bladendokter](#)