Unieke kernwaarde centraal bij vernieuwing

13-02-2018 10:22

Hoe blijft een magazinemerk vitaal? was de centrale vraag bij het Magazine Media Café in de Balie op 12 februari. Dat de tijdschriftensector het moeilijk heeft en op zoek moet naar nieuwe manieren om het publiek te bereiken (en geld te verdienen) is alom bekend. In het Magazine Media Café lag de nadruk niet op nieuwe technieken en producten, maar op de kernwaarde: waarom willen klanten bij jou terecht en niet bij een ander.

Frank Veerkamp