Interactiviteit in digitale magazines loont

16-02-2018 09:02



De Stichting Wetenschappelijk Onderzoek Commerciële Communicatie (SWOCC) heeft onderzoek gedaan naar de waarde van verrijking in digitale magazines. Daaruit blijkt dat het wel degelijk loont om een digitaal magazine te verrijken. In vergelijking met een versie die een kopie is van een papieren magazine vinden consumenten dat het magazine met interactieve extra's leuker is. Ook verliezen ze zich meer in het magazine dan wanneer er geen interactieve features zijn.

Het effect deed zich zowel bij jongvolwassen consumenten, als bij oudere consumenten voor.