Magazines effectiever dan gedacht

13-03-2018 08:56



Dit blijkt uit een grootschalig onderzoek van Ebiquity in opdracht van het Britse Radiocenter. Ook radio en dagbladen worden onderschat. Daarentegen worden social media en online video overschat in hun performance. Magazines scoren vooral goed op het creëren van een positieve breinpositie, emotieoverdracht en ROI.

Voor het onderzoek, genaamd ‘Re-evaluating media’, zijn in totaal 116 adverteerders (68) en mediabureaus (48) geïnterviewd en meer dan 75 studies geanalyseerd. Het betreft een zeer uitgebreid en diepgaand onderzoek.

De vier belangrijkste criteria waarop adverteerders de inzet van mediakanalen beoordelen voor brandbuilding op de lange termijn zijn: opties voor targeting, ROI, emotieoverdracht en breinpositie. Op basis van performance scoren magazines op 3 van de 4 criteria een top 3-positie. Adverteerders en bureaus schatten de prestaties veel lager in.

Meer over dit onderzoek bij de MMA.