Mooding: profileren van lezer aan de hand van humeur

04-04-2018 09:06



Veel uitgevers maken gebruik van gegevens als woonplaats en locatie om specifieke doelgroepen te bereiken. Volgens de Britse uitgever Johnston Press zijn het humeur en persoonlijkheid van de lezer nuttiger om artikelen en advertenties op maat aan te kunnen bieden.

Als een van de grootste regionale uitgevers in het Verenigd Koninkrijk een nieuwe strategie omarmt, kunnen de gevolgen groot zijn. Johnston Press heeft 300 weekbladen, 18 dagbladen en 323 regionale nieuwssites met 8.2 miljoen maandelijkse bezoekers en start binnenkort met een pilot rondom mooding, het profileren van klanten aan de hand van hun humeur.

Lees verder bij **Stimuleringsfonds voor de Journalistiek**