

TMG stopt met korte abonnementen

23-05-2019 09:12



TMG biedt geen kortlopende abonnementen – met een looptijd van enkele maanden tot een half jaar – meer aan. In plaats daarvan geeft de uitgever hogere kortingen op langer lopende abonnementen.

Uit onderzoek dat de Telegraaf Media Groep vorig jaar heeft gedaan blijkt dat het aanbieden van content uitsluitend voor abonnees een positieve invloed heeft op de groei van het aantal abonnees. Volgens Hugo Schneider, hoofd van Holland Media Combinatie (onderdeel van de TMG), is dit het begin van betere tijden voor de Telegraaf en andere regionale kranten en publicaties van de TMG. Na jaren van oplagedalingen stijgt het aantal abonnees van onder andere de Telegraaf weer.

Lezersonderzoek

Het bedrijf is het afgelopen jaar actief op zoek gegaan naar een nieuwe manier om lezers te werven en te behouden. Met behulp van online tools en enquêtes werd er enkele maanden gekeken naar de vraag van de abonnees. Op die manier kreeg de uitgever en de redactie meer zicht op wat de lezers interessant vinden. Daar werd langzaam maar zeker op geanticipeerd en dit bleek een succes. Nadat de kortlopende (proef)abonnementen zijn gestopt en de resultaten uit de online onderzoeken werden toegepast, steeg het aantal lezers van de Telegraaf. De belangrijkste reden waarom men eerder voor een kortlopend abonnement koos, waren de kosten van zo'n abonnement van enkele weken of maanden.