

FIPP Award voor neuro-onderzoek Mediabrein

18-04-2011 08:54

HET MEDIABREIN



Het effect van lezer-bladbinding bewezen door neuro-economisch onderzoek

Innovatieve en inspirerende methode

Chris Llewellyn, FIPP president en CEO: "Het Mediabrein-onderzoek is een bijzonder innovatieve en inspirerende methode om inzicht te krijgen in de manier waarop tijdschriften communiceren met lezers. Het diepgaande onderzoek bewijst de impact van magazine content - inclusief advertenties - en benadrukt eveneens de sterke lezer-bladbinding. Dit onderzoek zal zeker leiden tot een positieve discussie rondom de effecten van advertenties in tijdschriften."

Het Mediabrein-onderzoek heeft onomstoten bewezen dat er een sterke lezer-bladbinding bestaat, die gebaseerd is op vertrouwen. Dit vertrouwen straalt af op de inhoud van het blad inclusief de advertenties, mits deze passen binnen de bladformule. [Lees hier meer over het onderzoek](#)

David Huijzer