FIPP Award voor neuro-onderzoek Mediabrein

18-04-2011 08:54



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