Sanoma: lezer-bladbinding bestaat

07-04-2011 17:00



Sanoma Media veronderstelde al veel langer het bestaan van een lezer-bladbinding. Maar de zo belangrijke geachte band tussen lezer en tijdschrift is moeilijk te achterhalen met behulp van traditioneel onderzoek, omdat die band met name door onbewuste processen ontstaat. Dankzij een techniek, die functionele MRI wordt genoemd, is het nu mogelijk letterlijk te 'lezen' wat zich in iemands brein afspeelt. Om meer inzicht te krijgen in het fenomeen lezer-bladbinding heeft Neurensics onder leiding van prof. dr. Victor Lamme gekeken wat er precies gebeurt wanneer iemand een tijdschrift leest.

Meer begeerte

Voor dit onderzoek hebben 36 vrouwen - regelmatige lezers van Flow, Grazia, Libelle of Viva - in een MRI-scanner gelegen. Voor het eerst werd 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. Advertenties in het 'eigen' blad roepen meer begeerte op voor het getoonde product bij de lezeres. Ook worden die uitingen beter door het brein verwerkt en opgeslagen. Voor adverteerders en

mediaplanners is het belangrijk om zo goed mogelijk aan te sluiten bij de belevingswereld van de trouwe lezeressen. Advertenties met een 'fit' zullen effectiever zijn dan willekeurig geplande uitingen.

Twee nominaties

Het gebruik van hersenscans in marktonderzoek is een relatief nieuwe toepassing. Volgens de Deense wetenschapspubliciste Lone Frank is neuro-onderzoek de vijfde revolutie in de wetenschap. Met het Mediabrein-onderzoek lopen Neurensics en Sanoma Media voorop in het verkennen van de mogelijkheden. De studie is genomineerd voor een FIPP Research Award en voor een AMMA (Hans du Chatinier-prijs voor professionals).

David Huijzer