

In deze categorie

Presentaties, papers en informaties over onze eigen merken worden hier onder de loep genomen. Wie mediaplanning niet louter als een cijferzaak ziet, vindt in deze categorie beslist informatie om mediaplannen een kwalitatieve invulling te geven.

Media

MAGSCAN ontbloot DNA magazines

20/10/2009 | door Think Lab | [Oreacties](#) | [Send](#)

Categorie: [MC media](#), [magazines](#), [MAGSCAN](#), [media effectiveness](#), [print advertising](#)

Yes, MAGSCAN!

Met een nationale dekking boven de 90% weigeren magazines meer dan ooit een plaats op de achtergrond. Toch merken wij dat magazines met een imago-probleem kampen: vaak worden ze bestempeld als traag, niet activerend, achterhaald... Kortom: ze krijgen geen hoofdrol meer in grotere campagnes.



Bij Sanoma Magazines Belgium zijn we overtuigd van de doeltreffendheid van dit unieke medium. We voeren dan ook regelmatig onderzoek uit en delen informatie met andere "Sanomalanden" om de kracht van magazines aan te tonen. Ook externe research studies nemen we onder de loep. Deze kennis hebben we gebundeld onder het project MAGSCAN.

Think Lab, de denktank van Medialogue, is het brein achter MAGSCAN. Die bestaat uit verschillende personen van Medialogue en Sanoma. We doen ook beroep op bekende actoren uit de mediawereld en research.

MAGSCAN steunt op 6 pijlers: de 6 voornaamste krachten van magazines. Een preview krijg je in dit artikel. Maar er is natuurlijk nog veel meer! Een papieren versie in de vorm van een magazine, die je [hier](#) online kan bekijken, presentaties, inspirerende bronnen,...

[Lees meer](#)

Flair: mei = bodymaand

01/03/2011 | door Mouch & Vanessa | [Oreacties](#) | [Send](#)

Categorie: [MC media](#), [beauty](#), [health](#), [lifestyle](#), [magazines](#), [\(marketing to\) women](#), [onze merken](#), [vrouwen](#)



Van fitness, food- tot volledig cover-up-plan, Flair-lezeressen krijgen in de mei-edities (vanaf week 18) extra veel body-pagina's.

Ontdek ook de specifieke CIM-PMP analyses rond de Flair-lezeres en haar uiterlijk.

[Lees meer](#)

Kortingboekjes in Flair, Femmes d'Aujourd'hui en Libelle

01/02/2011 | door Mouch & Vanessa | [Oreacties](#) | [Send](#)

Categorie: [MC doelgroepen](#), [MC media](#), [CIM](#), [magazines](#), [\(marketing to\) women](#), [onze merken](#), [print advertising](#), [shopping](#), [speciale uitgaven print](#), [vrouwen](#)



Deze kortingboekjes zijn gericht naar een vrouwelijke doelgroep, met sterke aanbiedingen in een mooie uitwerking. Samen bieden ze een nationaal bereik van 2.090.100 lezers met 483.506 exemplaren (CIM 2010)

Plaats onze vrouwenbladen ten dienste van uw merk en verschijn in onze volgende editie.

Meer info in deze technische fiche. Klik op de link hieronder voor meer info rond het [profiel](#) van onze lezeressen.

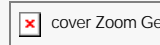
Contact: Nadine Morren - 02 776 27 52 - nadine.morren@sanomamedia.be

[Lees meer](#)

ZOOM GEZONDHEID op 430.000 exemplaren

28/01/2011 | door Coralie & Vanessa | [Oreacties](#) | [Send](#)

Categorie: [MC media](#), [MC sectoren](#), [health](#), [\(marketing to\) women](#), [onze merken](#), [pharma](#), [print advertising](#), [speciale uitgaven print](#), [vrouwen](#)



ZOOM GEZONDHEID/ZOOM SANTE is een gezondheidsmagazine dat grondig ingaat op een centraal thema. Daarnaast worden actuele gezondheidsonderwerpen belicht, komen specialisten aan het woord en worden de nieuwigheden in de apotheek voorgesteld.

Op **28 april** wordt ZOOM GEZONDHEID gratis met **Libelle** verdeeld en ZOOM SANTE met **Femmes d'Aujourd'hui**. Samen hebben deze sterke titels een oplage van maar liefst **430.000 exemplaren**. Op het programma: **allergiën, afslanken en vitamines**.

Reserveren vòòr 24/03!

[Technische fiche](#)

[Meer info over de lezeressen van Libelle en Femmes d'Aujourd'hui](#)

Contact: Michel Pierret - michel.pierret@sanomamedia.be - 02 776 27 57

Downloads

Onze merken

[Goedele \(ppt\)](#)

Kwalitatief onderzoek rond de perceptie van Goedele bij haar lezerspubliek

[Feeling Mannen/Gael for Men: het onderzoek \(pdf\)](#)

De evaluatie door de lezers en lezeressen

[Feeling Mannen/Gael for Men: presentatie van het magazine \(pdf\)](#)

Een upscale en luxe magazine speciaal voor hem

Media Research

[Time|planning1 \(pdf\)](#)

Magazines bouwen bereik op

[Time|planning2 \(pdf\)](#)

Welke methodologie bij (welke) bereikstudie?

[Media Planning as a Conspiracy \(pdf\)](#)

door Erwin Ephron

[Media Mix Cases \(pdf\)](#)

Ga voor de mix!

Lees ook

10 argumenten om in magazines te investeren

25/01/2010 | door Vanessa | [Oreacties](#) | [Send](#)

Categorie: [MC Lees ook Media](#), [MC media](#), [magazines](#), [MAGSCAN](#), [media effectiveness](#), [media planning](#), [research](#)

MAGSCAN

De PPA (UK) heeft op basis van verschillende studies de 10 belangrijkste redenen aangegeven om in magazines te adverteren. Overzichtelijk, beknopt en praktisch!

[Lees meer](#)

Engagement Counts

06/05/2009 | door Vanessa | [Oreacties](#) | [Send](#)

Categorie: [MC Lees ook Media](#), [digital](#), [magazines](#), [mediamix](#), [research](#)

Engagement Counts geeft nieuwe inzichten in het complementair gebruik van magazines en hun websites door consumenten. Eén feit is zeker: beide media vormen een sterk duo!

[Lees meer](#)

Under the Influence of Magazines

21/04/2009 | door Vanessa | [Oreacties](#) | [Send](#)

Categorie: [MC Lees ook Media](#), [digital](#), [magazines](#), [mediamix](#), [print advertising](#), [research](#)

Onder deze baseline voert de MPA (US) campagne om adverteerders te overtuigen van de beslissende rol van magazines in de aankoopbeslissingen van consumenten.

[Lees meer](#)

[THE Revolution](#)

[Lees meer](#)

Combinations:the united force of strong brands

01/11/2010 | door Vanessa | [Oreacties](#) | [Send](#)

Categorie : [MC media](#) , [CIM](#) , [magazines](#) , [MAGSCAN](#) , [media planning](#) , [onze merken](#) , [print advertising](#) , [research](#)



Eén Nederlandstalige op twee leest één van onze magazines. Plus d'un francophone sur trois lit un de nos magazines. Onze bladen bereiken één vrouw op twee. Malgré un portefeuille majoritairement féminin, un homme sur trois déclare lire un de nos titres. Of was het nu omgekeerd? Welke doelgroepen spreken we aan?

Ontdek in deze post de troeven van onze nationale combinaties!

[Lees meer](#)

MAGSCAN... make advertising future with mobile!

22/08/2010 | door Vanessa | [Oreacties](#) | [Send](#)

Categorie : [MC media](#) , [ad engagement](#) , [digital](#) , [MAGSCAN](#) , [mobile advertising](#)

Mobiel surfen wint aan populariteit. Ook in België. Wie is de Belgische mobile surfer? Wat doet hij/zij online? Wat kan mobile advertising betekenen? Hoe vertalen we dit bij SMB? Een antwoord krijg je hier.

[Lees meer](#)

Vrouwen en hun...iPhone

27/07/2010 | door Vanessa | [Oreacties](#) | [Send](#)

Categorie : [MC media](#) , [digital](#) , [MAGSCAN](#) , [\(marketing to\) women](#) , [mobile advertising](#) , [research](#) , [vrouwen](#)



Het Belgische mobiele internetgebruik zal volgens het Amerikaanse onderzoeksbureau Forrester verdrievoudigen tot 28% in 2014. Deze trend is onomkeerbaar. Hoog tijd om onderzoek te voeren! Want hoe zit het nu met vrouwen?

[Lees meer](#)

Shopping pages can optimise advertising effects

26/07/2010 | door Vanessa | [Oreacties](#) | [Send](#)

Categorie : [MC media](#) , [Libelle](#) , [MAGSCAN](#) , [research](#) , [shopping](#)

'Je krijgt nooit een tweede kans om een eerste indruk te maken! ...' 68% van de lezers die de shoppingpagina's gezien heeft, vindt dat deze een positief beeld geven van de opgenomen merken! Help jouw product een goede eerste indruk te maken dankzij de shoppingpagina's in Libelle en Femmes d'Aujourd'hui.

[Lees meer](#)

De shoppingpagina's zetten nieuwe producten extra in de kijker

21/06/2010 | door Vanessa | [Oreacties](#) | [Send](#)

Categorie : [MC media](#) , [MAGSCAN](#) , [media effectiveness](#) , [print advertising](#) , [research](#) , [shopping](#)



We zijn trots op onze nieuwe shopping pagina's in Libelle en Femmes. En dat mag geweten worden. Het recept voor succes? Bewijsmateriaal vind je hier.

[Lees meer](#)

MAGSCAN Opportunity Plan

21/05/2010 | door golenaed | [Oreacties](#) | [Send](#)

Categorie : [MC media](#) , [creativiteit](#) , [MAGSCAN](#)



Verhoog de impact en creativiteit van uw communicatie met de nieuwe formules uit het Magscan Opportunity Plan.

[Lees meer](#)

Page 1 [2](#) [3](#) [4](#)

21/04/2009 | door Vanessa |

[Oreacties](#) | [Send](#)

Categorie : [MC Lees ook Media](#) , [magazines](#)

De magazinepers blijft niet achter! Ontdek het initiatief van de PPA (UK).

Get inspired!

- The Media Revolution -
[Media Mix Research](#)

30/03/2009 | door Vanessa |

[Oreacties](#) | [Send](#)

Categorie : [MC Lees ook Media](#) , [magazines](#) , [media planning](#) , [mediamix](#)

[Mediamix Maat](#)

Meer print, meer effect (Sanoma Uitgevers)
[Archief](#)