



Persbericht 18/02/2009

Customer magazines gewikt en gewogen

Nieuw onderzoeksinstrument 'Custo-meter' biedt objectieve benchmark

Is een *customer magazine* een dure zaak ? Niet als het doet wat het moet doen: de boodschap van de opdrachtgever sterker overbrengen dan eender welk ander medium. Custo, de federatie die de toonaangevende Belgische bladenmakers groepeert, lanceert daarom de Custo-meter. Het eerste meetinstrument in ons land dat niet alleen onderzoekt wat de lezer met een customer magazine doet, maar ook wat het magazine met de lezer doet. Precies wat marketeers nodig hebben om hun communicatie-investeringen objectief te evalueren.

Een vakkundig gemaakt customer magazine krijgt volgens gelijkaardig onderzoek uit de UK gemiddeld 25 minuten aandacht van elke lezer. Maar wat gebeurt er in die tijd? Hoe intensief leest de lezer? Hoe vaak neemt hij het magazine in de hand ? Geeft hij het door aan anderen? Krijgt hij het juiste beeld van het bedrijf van de opdrachtgever? Krijgt hij zin in diens producten of diensten? De gloednieuwe Custo-meter geeft een duidelijk antwoord op dat soort vragen. Zwart op wit.

Onafhankelijke partij

Communicatie-onderzoeksbureau Mediah ontwikkelde het nieuwe meetinstrument in opdracht van Custo. Maar Mediah staat ook in voor het eigenlijke onderzoek. Een extra garantie voor de klanten van Custo-leden dat een onafhankelijke partij hun magazine analyseert. Een Custo-meter-onderzoek start met een lezersoproep in het magazine om een online vragenlijst in te vullen. Online betekent snel, efficiënt en goedkoop. Bovendien is het makkelijk om zo bijvoorbeeld magazinepagina's of een cover te tonen.

../.

Hoe hoog ligt de lat ?

De Custo-meter-vragenlijst omvat twee soorten vragen: algemene (die voor elk magazine gelden) en specifieke (die alleen op het onderzochte magazine van toepassing zijn.) Met de antwoorden op de algemene vragen zal Mediah een databank maken voor *benchmarking*: waar ligt het gemiddelde kwaliteitsniveau? En zit het onderzochte magazine erboven of eronder? De specifieke vragen zijn echt maatwerk, helemaal in functie van de communicatiedoelstellingen van de opdrachtgever.

Vanaf 1 maart is de Custo-meter operationeel. Volgens Custo zullen er tientallen magazines mee doorgelicht worden hetgeen interessante benchmark informatie zal opleveren.. Meer weten ? Contacteer dan één van de Custo-leden via www.custo.be of contacteer Patrick Hermie van Mediah: patrick@mediah.be, 0473 227 601

Custo is de Belgische federatie van toonaangevende customer media bedrijven. Custo vormt een expertiseplatform over customer media, verdedigt actief de belangen van zijn leden en hun opdrachtgevers en garandeert opdrachtgevers aan de hand van zijn kwaliteitslabel professionele service.

Custo maakt deel uit van The Ppress en is lid van het ICPF (International customer publishing forum)

Meer info op www.custo.be en bij woordvoerder Hilde Vercaempt (hilde.vercaempt@mediapartners.be) of bij voorzitter Michel Libens (michel.libens@propaganda.be)

CUSTO - Branch of V.Z.W. THE PPRESS A.S.B.L. – Paapsemlaan 22/8 – Boulevard Paepsem 22/8
– BE-1070 Brussel – Bruxelles
T: +32 (0)2 558 97 50 – F: +32 (0)2 558 97 58 –BTW/TVA BE 409.569.137 – ING 310-0020999-36



Communiqué de presse 18/02/2009

Les Customer magazines mesurés et pesés

Le nouvel instrument de recherche 'Custo-mètre' propose un benchmark objectif

Avoir son *customer magazine* est-il cher? Pas si celui-ci atteint son objectif : mettre en avant le message de son commanditaire mieux que n'importe quel autre medium. C'est pour cette raison que Custo, la fédération belge regroupant les bureaux de médias relationnels qui donnent le ton, lance le Custo-mètre. Le premier instrument de mesure dans notre pays qui ne se contente pas de chercher ce que le lecteur fait d'un customer magazine, mais aussi ce que le magazine fait du lecteur. Précisément ce que les marketeers doivent savoir pour évaluer objectivement leurs investissements en communication.

Un customer magazine fait de manière professionnelle obtient, selon une étude similaire réalisée au Royaume-Uni, en moyenne 25 minutes d'attention de chaque lecteur. Mais que se passe-t-il pendant ce temps ? Avec quelle intensité lit le lecteur ? A quelle fréquence a-t-il le magazine en main ? Est-ce qu'il le donne à d'autres personnes? A-t-il une image correcte de l'entreprise du commanditaire? Cela lui donne-t-il envie d'acheter les produits et services du commanditaire ? Le tout nouveau Custo-mètre donne une réponse claire à ce type de questions. Noir sur Blanc.

Partie indépendante

Le bureau de recherche en communication Mediah a développé le nouvel instrument de mesure à la demande de Custo. Mais Mediah se charge également l'enquête elle-même. Une garantie supplémentaire pour les clients d'un membre de Custo qu'une partie indépendante analyse leur magazine. Une enquête Custo-mètre commence par un appel aux lecteurs, dans le magazine, leur demandant de remplir un questionnaire en ligne. Online signifie rapide, efficace et bon marché. En outre, il est de cette manière aisé de montrer une page ou une couverture du magazine.

../.

A quelle hauteur est placée la barre?

Le questionnaire Custo-mètre comporte deux types de questions: générales (qui valent pour tout magazine) et spécifiques (qui ne s'appliquent qu'au magazine analysé) Grace aux réponses aux questions générales, Mediah créera une banque de donnée pour le *benchmarking* : à quel niveau se situe le niveau de qualité moyen ? Et le magazine analysé se situe-t-il au-delà ou en-deçà ? Les questions spécifiques sont du travail sur mesure, tout à fait en fonction des buts de communication du commanditaire.

Le Custo-mètre est opérationnel à partir du 1er mars. Selon Custo, des dizaines de magazines seront ainsi passés la loupe, ce qui fournira des informations de benchmark intéressantes. Pour en savoir plus ? Contactez donc un des membres de Custo via www.custo.be ou Patrick Hermie de Mediah: patrick@mediah.be, 0473 227 601.

Custo est la fédération belge des bureaux de médias relationnels qui donnent le ton. Custo est une plateforme d'expertise sur les médias relationnels, défend activement les intérêts de ses membres et de leurs clients et garantit aux clients un service professionnel via son label de qualité.

Custo est une branche de The Ppress et est membre de l'ICPF (International customer publishing forum)

Plus d'infos sur www.custo.be et auprès du porte-parole Hilde Vercaempt (hilde.vercaempt@mediapartners.be) ou du président Michel Libens (michel.libens@propaganda.be)

CUSTO - Branch of V.Z.W. THE PPRESS A.S.B.L. – Paapsemiaan 22/8 – Boulevard Paepsem 22/8
– BE-1070 Brussel – Bruxelles
T: +32 (0)2 558 97 50 – F: +32 (0)2 558 97 58 –BTW/TVA BE 409.569.137 – ING 310-0020999-36