



Ons profiel.

Gewenste communicatie is het handelsmerk van Boomerang. We kunnen ook niet anders, want onze doelgroep accepteert geen ongewenste commercie. De relatief jonge, hoog opgeleide en welvarende mensen die wekelijks onze locaties bezoeken, waarderen niet alleen onze redactionele uitingen, maar zeker ook die van adverteerders die ons medium snappen.

Wist je trouwens dat circa 65 procent van de kaarten wordt gespaard of tenminste zes maanden bewaard? Over een lang contactmoment gesproken.

Het bereik van een campagne heb je voor een groot deel in eigen hand. Terwijl een slechte kaart in de rekken blijft, staat een goede kaart voor gemiddeld vijf contacten. Hiermee is een freecard niet alleen een medium met impact, maar ook nog eens kostenefficiënt.

Hieronder zie je een boel informatie over de bezoekers van onze locaties. Dat hebben we niet zelf bedacht, maar laten onderzoeken door TNS NIPO

