

Elegance - Trips&Travel

Bachelor's thesis - January 2012

Bachelor thesis for the Dutch glossy magazine Elegance. Elegance has an online section, Trips & Travel, which contains monthly changing travel offers and destination highlights. The travel offers are in line with the interests and needs of the target group.

The purpose of the case study was to increase the amount of visitors of the Trips&Travel. Research has been done on the current situation, competition and e-commerce. The research concluded that the travel offers should be more interactive and more visually appealing. Therefore a new creative proposal has been made, which is more interactive and has a monthly changing theme.

The entire thesis contains own photography material. The creative proposal was created with Adobe Flash and contains both pictures and music.

Completed with 'Good'.

www.elegance.nl

ELEGANCE
Trips&Travel





Hong Kong, B. S. Zeprenski

i. Inleiding

- Inleiding tot Elegance 14
- Het tijdschrift Elegance 14
- Trips&Travel 10
- Probleemstelling 10
- Leeswijzer 16

Inleiding

1.1 Introductie tot Elegance

In 1927 was Elegance het allereerste maandblad voor de moderne vrouw. Literair bodendit in de jaren 30 wat later voor vrouwen. Dit weekblad voor de vrouwen, met achtergrond-, trend- en koutbedrijven, formaties en informatie van warenhuizen waarin modedesigners stonden afgebeeld. Maar volgens zakeman Jans Perel is dat niet genoeg. In ieder geval niet voor de vrouwen die hi om zich heen zien, in de Amsterdamse kooptijdingen waarin hij en zijn vrouw, een Gertrude de model, versloten. In modetijding als New York en Paris worden wel dit soort dingen gemaakt. De Vogue bijvoorbeeld, als sinds 1902. Jans Perel was ook zelfstandige zakeman die alles voor elkaar kreeg. In 1927 bestelt hij zelf een maandblad voor de moderne vrouw uit te geven, gedrukt op glanzend papier, wat voor die tijd ongehoord is. Daarmee is Elegance de eerste gloos van Nederland.

Tijdens de Tweede Wereldoorlog sloopt Perel de druk van het tijdschrift. In de zomer van 1942 rukt het blad weer van de pers. Hoewel afwezig van het vest, nog jaren op de kop zal blijven, kijkt Elegance anders. Het blad doent op modiegebied in haren en creativiteit en respect daartoe. Elegance anticipeert op de tijd dat cultuur en creativiteit weer aan de macht zullen zijn.

Het blad blijft in de jaren daarna voortbestaan en speelt in op de tendensen van de tijd. Na al die jaren heeft Elegance ruims ingebot aan elegantie. Volgens huidige hoofdredacteur Anita Willemse is elegantie volgens klassiek. Tofness en die van nu.

1.2 Het tijdschrift Elegance

Elegance is een tijdschrift waarin het voornamelijk draait om luxe en elegantie. Het blad heeft een constante stijlvolle vormgeving en mooie fotografie. Maandelijkse steun en inspiratie om versmakende voorwerpen en verhalen op het gebied van mode, beauty en lifestyle, kunst en cultuur, reizen en reizen. In de reportages en interviews zit veel droog en zijn duidelijk afgewend op elegantie maar die groep naar horende wordt niet ontproben. Elegance staat voor een constante stijl met een onderscheidend niveau.



Elegance in Nederland van 1927 tot nu toe

De veroveraar van Elegance is een toegespitste vrouw van 32 plus met een succesvolle carrière. Het is een vrouw met klasse en stijl en die niet afhankelijk is van sociale media. Ze is gesteld op luxe, houdt van het goede eten met alles wat daarbij hoort en kan zich dat ook veroorloven. Ze heeft een brede interesse en een gepassioneerde belangstelling voor kunst en cultuur. Haar is ze betrokken bij wat zich in de wereld afspelt en heeft haar eigen mening.

Aan de hand van de interesses van de doelgroep heeft het blad vier vaste en grote pijlers. "Interview met sterke vrouwen" is een pijler waarin sterke vrouwen aan het woord zijn. In de pijler Mode komen de nieuwste en modieuze modetrends aan bod en in de pijler Kunst en Cultuur staat er een kunstenaar centraal en wordt de kunstenaar besproken, met de meest interessante aspecten, foto's, video's en muziek voor de lezer. In de laatste pijler Reizen staat er een reis (bestemming) in het centrum, met een uitgebreide reisbeschrijving, en komen de laatste reizenadviezen aan bod.

Naast het tijdschrift profileert Elegance zich ook op andere manieren in de markt. Zo wordt er steeds gebruik gemaakt van Elegance Content management, dit is Elegance Media. Op die manier wordt de belangrijkste voor de lezer. De maand worden in verschillende tijdschriftformaten uitgegeven, zodat content goed kan worden. Dit soort wordt ervoor dat Elegance op een andere manier in de markt komt.

1.3 Trips&Travel

Naast het tijdschrift heeft Elegance ook een reisbureau aan het tijdschrift naar een reisbureau. Het team Reizen staat goed aan de vóór de vóór de vóór, maar ook op de pijler uit het blad. Begin 2017 is Trips&Travel in het leven geroepen. Een samenwerking tussen verschillende reisorganisaties en die staat van Polaris Heest Magazines, Elegance, Estimote en Reizen.nl.

In samenwerking met die reisorganisatie worden reizen aangeboden op de website van Elegance. Dit wordt zijn gebied voor de lezers en bezoekers en staat goed aan de vóór de vóór de vóór. De Trips&Travel van Elegance is een goed initiatief om naast het tijdschrift online reizen te promoten.

1.4 Probleemstelling

De bedoeling is om de Trips&Travel reizen voor een extra interessante reis te maken. Dit is alleen nog niet het geval. Sinds de start van Trips&Travel in januari 2017 zijn er nog maar weinig reizen gemaakt door de lezers van de website. Het is om te proberen dat de lezers van Polaris Heest Magazines overtuigen om de website uit de lucht te halen. Volgens hen wordt het te weinig op. Hier moet verandering in komen.

Als gevolg hiervan kan de volgende hoofdvraag met de daarbij behorende deelvragen worden gesteld:

Hoofdvraag: Hoe kan Trips&Travel van Elegance worden verbeterd?

- I. Hoe zit de huidige Trips&Travel in elkaar?
- II. Hoe kan het online reisbureau van de reisorganisatie beter?
- III. De welke manier kan online verkoop op het gebied van reizen gestimuleerd worden?

