

TARGETING.

BEHAVIOURAL TARGETING

Behavioural Targeting is een technologie waarbij informatie wordt verzameld op basis van surf-, zoek- en/of clickgedrag om in de toekomst relevantere advertenties en/of content te kunnen vertonen aan een specifieke groep mensen met gelijkwaardige interesses, behoeftes of kenmerken. Varianten van Behavioural Targeting zijn: Audience Targeting, IP-Targeting, Content/Keyword Targeting, Maatwerk Targeting en Retargeting. De varianten van Behavioural Targeting worden over het gehele netwerk ingezet (Run of Network).

IP-TARGETING

Bij IP-Targeting wordt er gericht op domein, land, provincie of type internet connectie. Hoe selectiever het aantal IP-adressen dat beschikbaar is, hoe unieker en relevanter de doelgroep is.

CONTENT EN KEYWORD TARGETING

Bij Content en Keyword targeting wordt er gericht op onderwerpen uit de inhoud van artikelen die worden gelezen of zoekwoorden die worden ingevoerd op onze websites.

RETARGETING

Retargeting is een vorm van Behavioural Targeting, waarbij op een slimme wijze de advertentie op onze sites wordt aangeboden aan de bezoekers die op de website van de adverteerder zijn geweest. Zo kan bijvoorbeeld een bezoeker die op de website van de adverteerder in een bestel- of zoekproces is afgehaakt, op een van onze sites een verbeterd aanbod getoond krijgen van hetzelfde product. Een zeer goede manier van targeting om klantentrouw te stimuleren en om twijfelende klanten alsnog tot aankoop over te laten gaan.



TARGETING.

COST PER CLICK (CPC)

Bij Telegraaf Media Nederland is het mogelijk een campagne in te zetten op basis van prestatie. In plaats van impressies in te kopen wordt er afgerekend op basis van het aantal gerealiseerde clicks. De adverteerder levert verschillende formaten van banners aan en deze worden ingedeeld op het netwerk van Telegraaf Media Nederland. Vervolgens wordt de campagne automatisch geoptimaliseerd. Dit houdt in dat de banners worden ingezet op de locatie waar de meeste clicks worden gegenereerd. Ook is het mogelijk om te optimaliseren op basis van leads/sales.

Campagnes kunnen ingezet worden vanaf €2.500,-. Uitlevering van CPC campagnes gebeurt op basis van een veiling, waarbij de verhouding CTR x CPC bod bepalend is voor de positie van uw campagne. Onze accountmanagers kunnen u het veilingprincipe nader toelichten.

AUDIENCE TARGETING (CPC OF CPM)

Zodra een bezoeker op een webpagina komt binnen het netwerk van Telegraaf Media Nederland, weten wij wat voor 'soort' bezoeker iemand is. Het IP-adres wordt namelijk ingedeeld in segmenten aan de hand van

het surfgedrag van deze websurfer op ons netwerk. Bijvoorbeeld: indien iemand de websites heeft bezocht van Audi, Mercedes en BMW dan wordt dit IP-adres ingedeeld in het segment "luke auto kopers". Als adverteerder kunt u ervoor kiezen om uw campagne te tonen aan de door u gekozen segmenten. U kunt kiezen uit meer dan 100 segmenten. Daarmee wordt enkel de voor de adverteerder relevante doelgroep bereikt. Audience targeting kan ingezet worden op basis van CPM of CPC.

STANDAARD AUDIENCES

Audience-, IP- en Content & Keyword Targeting en Retargeting

CPM tarief wordt berekend op basis van RON (Run of Network) of ROS (Run of Site) tarief + 25% toeslag.

Audiences

Het is ook mogelijk om onderstaande audiences in te zetten op basis van CPM. Daarvoor gelden de volgende tarieven:

Vrouw 13+	€ 3,-	Man 13+	€ 3,-
Wonen	€ 3,50	Finance	€ 5,50
ICT Telecom	€ 3,25	Travel	€ 1,75
Automotive	€ 4,-	Zakelijke markt (B2B)	€ 6,-

