Sanoma brengt bloggers en adverteerders bij elkaar

17-04-2013 11:32

Eenvoudig in contact
Bloggers nemen een belangrijke plek in het digitale landschap in. Dit fenomeen is op sites, in kranten en op televisie niet onopgemerkt gebleven. Ook adverteerders zijn in toenemende mate geïnteresseerd om hun producten via deze online influencers onder de aandacht te brengen. Met een netwerk van door Sanoma geselecteerde blogs wordt het voor adverteerders eenvoudiger om in contact te komen met de juiste doelgroep.

Online influencers geen onderdeel marketingmix
Uit een in maart 2013 verschenen rapport van Technorati blijkt dat ondanks het enorme gebruik van social media slechts 10% van het digitale adverteerdersbudget in social gestoken wordt. Ook laat het onderzoek zien dat online influencers, zoals bloggers, nog te weinig onderdeel zijn van de marketingmix. Door de combinatie te maken met Sanoma's sterke merken en redacties wordt adverteerders een propositie geboden die geïntegreerd kan worden met hun reguliere media-inzet bij Sanoma. Zo wordt de drempel verlaagd en is er een one stop shop voor campagnes waardoor alle uitingen elkaar nog meer versterken.

Structurele samenwerking
"Bloggers blijven eigenaar van hun blog," vertelt Uitgever Online Vrouwen Marijn Luchtman over het nieuwe initiatief van Sanoma. "Wij doen de verkoop van advertenties, de marketing en promotie. Daarnaast helpen wij met het verbeteren van de site en het verhogen van de traffic zodat ze nog interessanter worden voor adverteerders. Blogtoday stelt bloggers in staat samenwerkingen aan te gaan met sterke A-merken uit ons portfolio als Grazia, Marie Claire, Styletoday en Fashionista. Adverteerders kunnen hier op inhaken. Op die manier kan er een structurele samenwerking ontstaan met de belangrijkste online influencers."