Time pioniert met geautomatiseerd advertentiesysteem voor print

12-02-2015 10:25

De grootste Amerikaanse uitgeverij Time Inc gaat in samenwerking met MediaMath advertentieruimte voor zijn papieren tijdschriften via een geautomatiseerd systeem aanbieden. Target is het eerste merk dat op deze manier advertenties van Time inkoopt.

Het was al mogelijk om digitale advertenties geautomiseerd in te kopen. Nu is het ook mogelijk volgens datzelfde principe advertenties in print-media te plaatsen. Volgens een schatting van eMarketer wordt er in 2015 zo'n 15 miljard dollar aan digitale geautomatiseerde advertenties ingekocht. Dat is 55% van al het geld wat in de VS besteed wordt aan digitale advertenties.

De werking van de geautomatiseerde advertenties op print is ongeveer hetzelfde als bij de digitale versie. Kopers kunnen kiezen uit de "luxury," "women," "men", "lifestyle" en "business/finance." Ze weten niet op welke plek in het tijdschrift hun advertentie terecht komt, alleen dat hun doelgroep bereikt wordt. Time verwacht in de toekomst in meer segmenten deze dienst aan te kunnen bieden.