

TMG presenteert plannen: 24/7 en crossmediaal

02-10-2015 08:43

- Om de interactie met consumenten verder vorm te geven gaat Metro een samenwerking aan met Ubideo. Dit is een nieuwe live streaming app waarmee je op ieder gewenst moment kunt kijken naar live streams op elke locatie in de wereld waar op dat moment een Ubideo gebruiker aanwezig is. Zo kunnen lezers via Ubideo live streams opvragen van plaatsen die in het nieuws zijn.
- TMG gaat een partnership aan met Fashion Week Nederland, de organisator van de halfjaarlijkse Mercedes Benz Fashion Week Amsterdam. De synergie tussen het mediahuis en het mode evenement creëert nieuwe mogelijkheden om op een cross media fashion platform - Amsterdam Fashion Weekly - 24/7 mode content te distribueren naar publiek, modeprofessionals en de mode-industrie. De samenwerking zal de autoriteit van het event internationaal gaan versterken.
- Geïnspireerd door de samenwerking tussen Apple en IBM zal TMG nieuwe waarde creëren voor haar klanten en medewerkers en biedt zij hen unieke gebruikersgerichte ervaringen doordat zij de big data en analysecapaciteiten van IBM kan combineren met de legendarische klantervaring van Apple.
- TMG wil in 2016 twee online TV kanalen starten: een 24/7 nieuwskanaal vanuit De Telegraaf en een 24/7 sportkanaal vanuit Telesport.
- VROUW lanceert nog dit jaar haar eigen digitale omgeving, waar via vijf centrale thema's (gezondheid, opvoeden, psyche & relatie, eten en lifestyle) aan vrouwen verdiepende informatie wordt geboden over onderwerpen die hen bezighouden. Online video speelt hierbij een belangrijke rol
- Telesport lanceert haar estafette-aanpak: gedurende ieder etmaal zullen verschillende platforms (krant, website, app en online videokanaal) continu sportnieuws brengen. TV zal daar volgend jaar onderdeel van uitmaken met live streaming en on demand content
- Sky Radio Group zet de beweging naar digitaal door en gaat focussen op het bieden van muziek die je zelf wilt. Streaming, interactief en on-demand zijn daarbij kernwoorden.
- HMC (regionale media) gaat de gelaagdheid van regionaal, lokaal en hyperlokaal nieuws in 1 pakket een nieuwe invulling geven,
- TMG gaat een nieuw tariefmodel hanteren op basis van CPM normen en "One Currency". De op oplages gebaseerde tariefkaart wordt vervangen door een zogenoemd performance model, waarbij adverteerders betalen voor het daadwerkelijke bereik.

Al deze vernieuwingen hebben als doel consumenten met informatie te bereiken waarvan TMG weet dat zij hier interesse in hebben, op basis van het kijk, lees- en luistergedrag dat individuele consumenten laten zien.