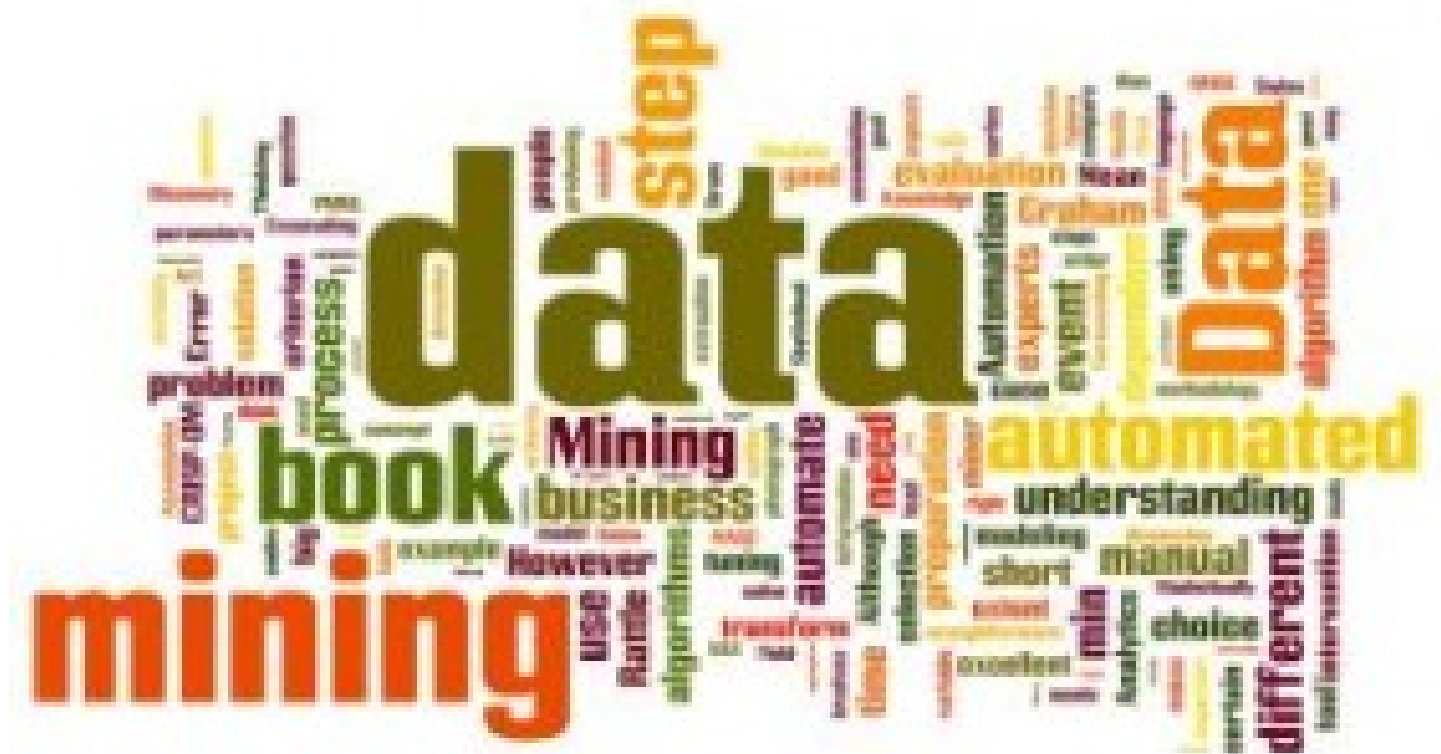


Sanoma | SBS zet volgende stap in datastrategie

22-06-2016 08:25



Sanoma | SBS kondigt een belangrijke nieuwe stap aan binnen haar datastrategie: het delen van data met adverteerders en mediabureaus, los van media inkoop. Data kan op deze manier platform onafhankelijk ingezet worden.

Sanoma | SBS heeft de afgelopen jaren een sterke focus op het opbouwen van audiences op basis van onder andere surf- en leesgedrag en abonnee- en inloggegevens. Sanoma | SBS deelt deze kwalitatieve data, binnen de wettelijke mogelijkheden, met adverteerders en mediabureaus en speelt hiermee in op de toenemende vraag vanuit de markt om kwalitatieve data platform onafhankelijk in te zetten. Samen met GroupM is onlangs een eerste data partnership vormgegeven. Daarnaast blijft het continu verrijken van data een belangrijke focus binnen de datastrategie van Sanoma | SBS. De overname van Scoupy begin juni was daar ook een onderdeel van.

Stefan Havik, Director Marketing & Advertising Sanoma | SBS: “Het laatste jaar zien we dat de markt een beweging maakt van programmatic buying naar programmatic marketing; steeds meer campagnes worden verrijkt met data. Dit gebeurt zowel met display- als native uitingen. Wij hebben de afgelopen jaren flink geïnvesteerd in infrastructuur en mensen om onze data continu te verrijken en daarmee onze propositie als marketing data solution provider te versterken. Dit blijven wij ook zeker de komende jaren continueren. Met het delen van data los van media inkoop is de volgende stap gezet. Het los toevoegen van data aan media geeft

extra schaalbaarheid. Daarbij zijn we ook door de samenwerking met second party dataleveranciers nog beter in staat verzamelde data optimaal te valideren en kunnen we rijkere data aanbieden. Uiteraard binnen de daarvoor geldende wettelijke kaders.”

Remon Buter, Head of trading GroupM: “ In een mediawereld waarin adblocking nog steeds aan de orde van de dag is en viewability percentages nog op een vrij laag niveau liggen hebben wij als GroupM dit initiatief omarmd. Samen met de bureaus van GroupM heeft Sanoma onlangs haar eerste data partnership vormgegeven. Deze samenwerking stelt GroupM, en haar diverse bureaus, in staat haar online bestedingen zo relevant en efficiënt mogelijk in te zetten voor haar klanten.”