

Internetreclame blijft groeien

13-12-2016 09:47

Facebook en Google gaan er met de reclamebudgetten op internet vandoor. Waar uitgevers eerst al zagen dat de advertenties uit de papieren producten verdwenen, blijken ze ook online aan het kortste eind te trekken. Dat is de conclusie van ABN AMRO in zijn nieuwe sectorrapport over de telecom-, media- en technologiebranches

Adverteerders geven de voorkeur aan Facebook en Google vanwege de uitgebreide gebruikersprofiel die de bedrijven hebben. Daardoor zijn zij verder met data-analyse, het gericht inzetten van advertenties en het meten van het effect dat advertenties hebben.

In 2011 gaven adverteerders in Nederland voor een miljard euro uit aan online reclame. Over twee jaar is dat bedrag verdubbeld, volgens de analisten van ABN AMRO. Dat betekent dat ongeveer de helft van het reclamebudget online wordt besteed.

Volgens de bank moeten uitgevers om de concurrentie met de technologiegiganten aan te kunnen inzetten op klantloyaliteit, verticale markten, mobiel en integrale dienstverlening. Omdat uitgevers veelal op verschillende kanalen actief zijn, kunnen zij in tegenstelling tot Facebook en Google crossmediale pakketten aanbieden. Daarmee hebben zij een unieke positie die zij beter kunnen benutten.