

IAB publiceert Checklist Transparantie Programmatic Advertising

01-06-2017 09:18



Programmatic advertising is dan nu wel volwassen, maar zoals we vorig jaar hebben kunnen zien aan de hand van meerdere rapportages over transparantie, betekent dat niet dat we er al zijn. 'Programmatic' wordt breder en ontwikkelt zich in rap tempo verder. Meer dan ooit zijn marketing en mediabeslissingen data-gedreven. Maar... internationaal zijn er discussies over de 'adtech value' en 'adtech tax'. Wat is de waarde van de verschillende spelers? En waar zit het verschil tussen mediabesteding van een adverteerder en de inkomsten bij een uitgever?

IAB Nederland merkt dat er steeds meer vragen komen over de kosten en fees in het programmatic ecosysteem. Om de transparantie en het daarbij behorende vertrouwen te bevorderen, heeft de IAB Taskforce Programmatic verschillende mensen gevraagd om vanuit hun positie binnen het ecosysteem hun kijk op transparantie te delen en praktische handvatten te geven in de vorm van drie checklists. De doelstelling van de taskforce is om te informeren en kennis te vergroten, op een heldere manier, zonder daarbij te oordelen.

De checklist is [gratis te downloaden](#) bij het IAB.