

NOM en GfK gaan samen totaal bereik publiceren

10-07-2017 09:19

NOM (Nationaal Onderzoek Multimedia), verantwoordelijk voor het leveren van bereikcijfers van dagbladen en magazines, heeft GfK gevraagd om te helpen bij het opzetten en uitvoeren van de fusie tussen NOM en NOBO fusie. Voortaan worden de printbereikcijfers van NOM gecombineerd met de online bereikcijfers van NOBO. Zo krijgen uitgevers en mediaplanners inzicht in de mate waarin printmerken op alle verschillende platformen (papier, pc / laptop, tablet, smartphone) gelezen worden.

NOM vertegenwoordigt alle marktpartijen: NDP Nieuwsmedia (NDP), Magazine Media Associatie (MMA), Platform Media Adviesbureaus (PMA) en Bond van Adverteerders (BVA). GfK verzorgt de methodologische consultancy en data science expertise om deze geïntegreerde bereiksdata op kwartaalbasis te publiceren. De eerste publicatie wordt aan het einde van het jaar verwacht.