

NRC Media gaat afrekenen op leestijd

28-11-2017 08:47



NRC Media gaat branded content afrekenen op de zogenaamde 'quality view': als een lezer minimaal 15 seconden in het artikel blijft, gaat de adverteerder pas betalen.

Een artikel kan inhoudelijk nog zo sterk zijn, het moet wel door zo veel mogelijk lezers zo lang mogelijk gelezen worden. Dat is uiteindelijk ook het doel van de adverteerder die aanklopt bij partijen als NRC Media. Het voorbije jaar heeft men bij NRC Media veel learnings opgedaan en met dank aan meetinstrumenten zoals Hotjar en Moat kunnen ze op basis van rapportages, analyseren en optimaliseren op zowel de inhoud, als de indeling en de aanjaging van een artikel.

Doelstelling, oplossing én afrekenmodel moeten synchroon lopen, daarom introduceert NRC een nieuw afrekenmodel. Als men van de adverteerder de vrijheid krijgt om op voorgenoemde onderdelen te optimaliseren dan rekent NRC af op een 'quality view'. Dit betekent dat een adverteerder alleen betaalt als een lezer tenminste 15 seconden het artikel leest. Die 15 seconden is een kritische grens. Als mensen minimaal 15 seconden in een artikel zitten, dan leert de ervaring dat ze ook doorlezen.