De Persgroep, Sanoma en TMG starten gemeenschappelijke datadienst NLProfiel

07-06-2018 10:55



De Persgroep Nederland, Sanoma Media Netherlands en Telegraaf Media Groep (TMG) bundelen hun krachten om samen profielen op basis van 'first party'-data te leveren aan adverteerders die campagnes bij deze partijen inzetten. Daarmee spelen ze in op de toenemende vraag om datagedreven marketing binnen het Nederlandse mediaspeelveld integraal te faciliteren.

Het uniformeren van de techniek en het structureren van data-opbouw is nodig om dit mogelijk te maken. Daarom starten de drie initiatiefnemers per eind juni de nieuwe gemeenschappelijke datadienst NLProfiel. Daarbij nodigen zij andere mediapartijen uit om zich ook bij NLProfiel aan te sluiten.
De wens vanuit de advertentiemarkt voor betere digitale 'targeting' groeit sterk. De samenwerking tussen deze drie grote Nederlandse mediapartijen is het antwoord daarop. NLProfiel biedt merken en hun bureaus de mogelijkheid om door middel van relevante profielen eenduidig over de verschillende mediapartijen heen te kunnen plannen. Essentieel voor het gebruik van data is dat alles binnen de AVG-regelgeving valt. Consumenten moeten weten dat hun gegevens veilig zijn. NLProfiel combineert kwaliteit, vertrouwen, transparantie én volume.

Erik Roddenhof, CEO van de Persgroep Nederland: "De wens voor meer samenwerking tussen de Nederlandse

mediapartijen nemen wij alle drie serieus. In plaats van versnippering moeten wij samen zorgen voor meer uniformiteit. Om door te groeien met onze digitale media moeten wij in staat zijn om de wereld van onze adverteerders te vereenvoudigen. Datadiensten worden daarin steeds belangrijker en met NLProfiel bieden wij nu een sterkere oplossing."

Marc Duijndam, CEO Sanoma Media Netherlands: "We bieden met NLProfiel een datadienst waarmee adverteerders effectievere campagnes kunnen voeren. Door middel van de beste profielen kan de juiste consument worden gevonden. Ons gemeenschappelijk volume aan data kan zich spiegelen aan grote internationale partijen, maar wel met de zekerheid van een veilige omgeving voor merken en met respect voor de privacyvoorkeuren van de consument."

Marc Vangeel, CEO TMG : "De samenwerking binnen NLProfiel is een mooi voorbeeld van een manier waarop uitgevers samen kunnen inspelen op ontwikkelingen in de markt en elkaar daarbij kunnen versterken. Het levert richting consumenten een relevanter aanbod van advertenties op en richting adverteerders en mediabureaus interessantere proposities."

Na afloop van deze eerste fase, of eerder wanneer mogelijk, zal het ook voor andere mediapartijen mogelijk zijn om toe te treden tot NL Profiel. Wij nodigen andere mediapartijen nu alvast uit om toekomstige samenwerking in gang te zetten.