

consument over alle Hearst-kanalen. Het medialandschap wordt gekenmerkt door fragmentatie. Door middel van onze Consumer Behaviour Dashboards heeft Hearst Agency de beschikking over waardevolle (real time) inzichten met betrekking tot consumentengedrag. "Wij weten per merk en doelgroep waarom bepaalde content meer engagement oplevert en waarom welk type content beter presteert", vertelt De Vries Lentsch. "Onze hoge IPM's (Interactions Per Mille) laten zien dat de makers van Hearst weten waar de consument behoefte aan heeft."

Doelgerichte en effectieve creativiteit

Het is een bewuste keuze om Hearst Agency in te richten als een full service unit en commerciële content altijd door content creators van de merken zelf te laten produceren. Hearst Netherlands beschikt over een pool van zo'n 250 in-house content creators. Deze talentvolle makers weten wat hun publiek drijft en hebben de creativiteit in huis om dit te vertalen naar de behoefte van de adverteerder.

Onafhankelijk advies

Als full service unit focust Hearst Agency op consulting en concepting. Hearst Agency heeft een premium positie binnen de markt, stelt De Vries Lentsch. "We zijn binnen de domeinen millennials, mannen en luxury actief op allerlei kanalen: van sites tot social, en events. We kunnen adverteerders een scala aan distributiekkanalen en doelgroepen bieden en zullen altijd onbevooroordeeld adviseren wat het beste bij de doelstelling past."

Digital Next kennissessies

Dit najaar organiseert Hearst Agency 'Digital Next'. Tijdens deze kennissessies presenteert een team van experts de laatste ontwikkelingen op het gebied van digitale branded content, creatie en performance