New Skool Media gaat online exploitatie zelf doen

11-09-2018 08:48

New Skool Media gaat de advertentieruimte op haar online titels volledig via premium direct sales en geautomatiseerde verkoopsystemen vullen. Deze ontwikkeling is een onderdeel van de veranderde digitale groeistrategie.

Na uitgebreide strategische heroriëntatie heeft de directie besloten om alle verkoop weer in eigen hand te nemen. Hierbij worden titels via premium direct sales, programmatic buying en private market places volledig beschikbaar gesteld aan directe adverteerders en mediabureaus. New Skool Media heeft titels als Elsevier Weekblad, Fiets en Formule1 magazine in zijn portfolio.

Commercieel directeur Matthieu van der Heiden: “Met deze heroriëntatie gaan we op het pad naar meer transparantie. De eerste stap is advertentieruimte volledig beschikbaar stellen via premium direct sales en geautomatiseerde inkoopsystemen. Hierbij hoort ook een nieuwe prijsstructuur die beter op de markt aansluit.”

De online advertentiemarkt is na alle turbulentie rondom AVG/GDPR en transparantie een geweldige opgang aan het maken. Als het pad tussen adverteerder en de uiteindelijke exploitant korter is, levert dat aan twee zijden meer rendement op.