DaviD biedt adverteerders toegang tot lokale dataprofielen van de consument

18-09-2018 08:52

De strengere privacywet (AVG) en de toenemende invloed van de online giganten waren voor Pebble Media, Produpress, IPM en videoadvertentieplatform SpotX aanleiding om een platform te ontwikkelen dat lokale uitgevers de mogelijkheid geeft om onderling data uit te wisselen. Op het platform, genaamd DaviD, hebben adverteerders en reclamebureaus toegang tot lokale en kwalitatieve dataprofielen van de consument. Die kunnen zij gebruiken om zo gericht mogelijk korte gepersonaliseerde reclamespotjes via online media aan de consument te tonen.

Het 'Digital Alliance on Valuable Inventory and Data' (DaviD)-platform is een reactie op de agressieve werkwijze van Google, Amazon, Facebook en Apple, die een steeds dominantere rol kregen op de lokale videoadvertentiemarkt. Initiatiefnemer Koen van Rhijn, CEO bij Pebble Media: "Lokale uitgevers hebben het al moeilijk genoeg door de uitdagingen van de General Data Protection Regulation (GDPR/AVG). Met DaviD bieden wij adverteerders de mogelijkheid om, transparanter en op schaal, kwalitatieve reclameruimte gericht op specifieke doelgroepen aan te kopen uit een groot, onverdeeld aanbod. En via de GDPR-compliant-technologie van SpotX kunnen adverteerders de gepersonaliseerde commercials tonen aan de consument."

SpotX is een werelwijd videoadvertisingplatform dat eigenaren van media en premium publishers voorziet van tools om de verkoop van video-inventory te optimaliseren op desktop, mobiel en connected TV devices.