AD Fun: een beetje afleiding tussen het nieuws door

02-06-2020 10:01



Een break tussen het nieuws lezen door? In de de app en website van het AD en de regionale titels spelen lezers nu hun favoriete puzzel, quiz of spelletje. Donderdag start de nieuwe campagne van DPG Media ter promotie van deze FUN sectie onder de noemer “Je leukste break tussen het nieuws.”

De campagne ter promotie van AD Fun bestaat uit korte social video’s van 10 seconden en daarnaast zet DPG Media ook flink in op een tvc en dynamische display in samenwerking met DisxT die is afgestemd op het online gedrag van de consument. Er is bewust gekozen voor meerdere korte social video’s van 10 seconden, zodat deze getarget kunnen worden op de diverse interesses en demografische kenmerken van de consument.

DPG Media wil enerzijds het brede aanbod van ADR Fun laten zien met een carrousel display waarin puzzels, quizzen en spelletjes naast elkaar worden getoond. Anderzijds targetten ze op echte puzzelliefhebbers met een display carrousel met allerlei soorten puzzels. Tot slot heeft DPG Media displaybanners laten ontwikkelen waarbij de gebruiker al in de banner kan beginnen met een puzzel of een quiz, wat ertoe leidt dat de puzzel afgemaakt moet worden in de app of op de website van het AD en de regionale titels.

Robin Hoolwerf, Manager Campagnes DPG Media, over de nieuwe campagne: “In de huidige tijd is journalistiek natuurlijk onmisbaar, maar ook verveling ligt op de loer. Daarom komt de nieuwe Fun omgeving in onze apps op het juiste moment, want puzzels en spelletjes zijn een ideaal tijdverdrijf voor thuisblijvers. En daarvoor hoef je onze app niet meer uit. Van oudsher zijn puzzels een onmisbaar onderdeel van de krant, maar ook quizzen

en zijn met name online erg populair op onze sites. Aangevuld met zogenoemde casual games bieden we ieder wat wils. Het brede spectrum van spelletjes laten we ook terugkomen in onze campagne en geeft ons de mogelijkheid om relevant te targetten op de juiste doelgroepen.”

Frank Veerkamp