

Consumenten staan open voor reclame op websites en apps

07-10-2020 09:29



Tweede van de consumenten staan open voor online reclame op websites en apps die zij vertrouwen. Dat blijkt uit onderzoek van Sapio Research onder 10.000 consumenten in Europa en de VS. Nieuwe mediaconsumptiepatronen bieden kansen voor uitgevers.

De mediaconsumptie is tijdens de pandemie toegenomen en geïntensiveerd. Het onderzoek toont aan dat 67 procent van de consumenten openstaat voor advertenties op vertrouwde platforms. 44 procent heeft een nieuw merk geprobeerd na het zien van een relevante reclame. Omgekeerd zegt 55 procent van de consumenten dat het zien van advertenties naast onbetrouwbare berichten een negatieve invloed heeft op toekomstige aankopen.

Gewijzigd mediagedrag

Het rapport vermeldt dat de veranderde patronen in mediaconsumptie naar verwachting zullen aanhouden. De meeste consumenten verwachten niet terug te keren naar hun vroegere leesgedrag. Complexe, snelle en internationale nieuwscycli zijn de nieuwe norm geworden, vermeldt het rapport.

De combinatie van groeiende mediaconsumptie, meer beschikbare devices en nieuwe techniek biedt uitgevers kansen. Media die redactionele inhoud en advertenties op elkaar afstemmen hebben een concurrentievoordeel, blijkt uit de bevindingen. 69 procent van de respondenten laat weten eerder naar een advertentie te kijken wanneer die bij de redactionele inhoud past. Dat geldt in sterke mate voor reclame voor

voeding, dranken, reizen, gezondheid en techniek.

Adverteren bij passende content

Opdrachtgever DoubleVerify stelt dat contextual advertising kwalitatief hoogwaardige media voordelen biedt. Door consumenten te bereiken bij relevante redactionele content kunnen adverteerders hun campagneprestaties verbeteren. Veel uitgevers passen al geavanceerde contextual technieken toe om hun advertentie-inkomsten een impuls te geven.

Over het onderzoek

Het rapport 'Vier fundamentele verschuivingen in media en reclame in 2020' van Double Verify is gebaseerd op een diepgaande studie van het digitale gedrag tijdens de pandemie. Het onderzoek is door Sapio Research is uitgevoerd en gebaseerd op de feedback van meer dan 10.000 consumenten in Frankrijk, Duitsland, Spanje, het VK en de VS.

Bron: [NDP Nieuwsmedia](#)

David Huijzer