

Grote mediapartijen in Vlaanderen gaan commercieel samenwerken

16-12-2020 10:52



Vier grote spelers in Vlaanderen, Telenet/SBS, Mediahuis, Proximus/Skynet en Pebble Media, slaan de handen ineen. Het unieke partnership van lokale mediaspelers wil adverteerders de meest creatieve en efficiënte oplossingen bieden om hun klanten te bereiken, over mediatypes en platformen heen. Een sterk uitgebouwde datapoot zal garant staan voor relevantie en doeltreffendheid.

Kijkers, lezers, luisteraars en internetgebruikers consumeren verschillende media op alle mogelijke momenten van de dag, via allerhande platformen. Meer dan ooit is het de consument die bepaalt op welke manier hij of zij in contact komt met merken en dat maakt de customer journey een stuk complexer.

Voor adverteerders is het belangrijk om op het juiste moment, de juiste boodschap aan de juiste consument te bezorgen en dit, via de juiste kanalen. Dit betekent dat zij hun boodschap via een brede waaier aan media moeten brengen, hierbij steeds zoekend naar maximale relevantie en efficiëntie. Van print over audiovisueel, digitaal, tot video en native. Maar vooral ook data-gedreven want net het slim gebruik van data maakt het voor adverteerders mogelijk om doelgroepen op een doeltreffende en efficiënte manier te bereiken.

Om adverteerders, niet alleen vandaag maar ook in de toekomst, de best mogelijke en meest efficiënte oplossingen te bieden om met hun doelgroep te communiceren, over mediatypes en platformen heen, slaan lokale mediaspelers de handen in elkaar. Telenet/SBS, Mediahuis, Proximus/Skynet en Pebble Media bundelen de krachten en creëren samen een nationale reclameregie.

Een uitgebreid en premium merkenportfolio

Het crossmediale aanbod van de nieuwe regie zal bestaan uit televisie, video, audio, print, online display, native en branded content, aangevuld met slimme data-oplossingen en steeds vertrekend vanuit een brede waaier aan complementaire premium entertainment- en nieuwsmerken. Van nationale tv-zenders over regionale kranten tot populaire internationale streamingdiensten en sterke sociale netwerken.

Naast het on- en offline advertentieaanbod van Mediahuis en SBS, is het de bedoeling dat het regieportfolio zal bestaan uit de online advertising inventory van zowel Skynet als Pebble Media, waarmee de nieuwe regie dus ook zal instaan voor de commercialisatie van de online VRT-merken. Concreet zal de regie de reclameactiviteiten van de volgende mediamerken omvatten:

- Telenet/SBS: Vier, Vijf, Zes, BBC First, Play Sports en Njam!
- Mediahuis: De Standaard, Het Nieuwsblad/De Gentenaar, Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg, ATV, TVL, TVO en ROBtv.
- Pebble Media: met o.a. één.be, sporza.be, stubru.be, LinkedIn, Spotify, Snapchat, Aufeminin.com
- Skynet Advertising: met o.a. Dailymotion, Verizon, Microsoft, Vroom, Autosalon, Voetbalkrant/Walfoot

Een groot bereik in combinatie met precisie en doelgerichtheid

Het premium merkenportfolio van de nieuwe regie staat garant voor een groot en kwalitatief bereik, zowel via televisie, in print als online. Zo zal de regie maandelijks meer dan 70% van alle Vlamingen en meer dan 25% van alle Franstaligen via online bereiken. Tegelijkertijd zorgt een duidelijke digitale focus met dataoplossingen op maat voor een doorgedreven efficiëntie. Een adverteerder hoeft namelijk niet overal tegelijk te zijn. Hij moet vooral daar zijn, waar zijn klanten zich bevinden. Door de rijkdom aan data van de verschillende mediamerken met elkaar te combineren, ontstaat een bijzonder sterk aanbod aan segmentatie-mogelijkheden. Hierdoor zullen adverteerders hun klanten nóg doelgerichter en efficiënter kunnen bereiken. Dit alles steeds in transparantie en met respect voor de privacy van de consument.

Een uniek partnership van lokale mediaspelers

De nieuwe nationale regie wordt een joint-venture tussen Mediahuis (44,4%), Telenet/SBS (44,4%) en Proximus/Skynet (11,2%) en zal worden gevormd door de commerciële teams van Mediahuis, SBS en Pebble Media. Hun kennis van de lokale markt, hun klantgedreven aanpak en expertise, in combinatie met het premium merkenportfolio, zullen het uithangbord van de nieuwe regie zijn.

Het is de intentie van de nieuwe regie om begin 2021 operationeel te zijn.

David Huijzer