

Advertentieplatform Media Futures Market wil de traditionele mediawereld opschudden

03-11-2021 08:48

The screenshot shows the Media Futures Market website interface. At the top left is the 'Media Futures Market' logo. A search bar contains the text 'Waar ben je naar op zoek?'. On the top right, there are links for 'Verkoop op MFM', 'Inloggen', and a red 'Registreren' button. Below the navigation bar, there are tabs for 'Audio', 'Video', 'Display', 'Out of Home', 'Print', and 'Social Media'. The main content area shows a breadcrumb trail: 'Home > New Skool Media > Print > Magazines > Delicious Magazine - 1/1 pagina FC'. On the left, there is a large image of the 'delicious' magazine cover featuring a plate of red fish. On the right, there is a detailed view of the advertisement. The title is 'New Skool Media Delicious Magazine - 1/1 pagina FC'. Below the title, there is a 'Datum' field set to '29/12/2021'. Further down, it shows 'Materiaal aanleverdeadline' as '08/12/2021' and 'Campagne looptijd' as '30 dagen'. A note states: 'Om deze advertentieruimte te boeken moet je een account hebben op Media Futures Market. Meld je nu aan en doe er je voordeel mee!'. Below this are three bullet points: 'Ontdek, vind en vergelijk advertentiemogelijkheden', 'Stel je eigen campagne samen', and 'Boek direct bij media-exploitanten'. At the bottom, there is a table with three columns: 'Aantal impressies' (400.900), 'Uniek bereik' (400.900), and 'Herhaling' (1x). A red button at the bottom right says 'Registreer als adverteerder'.

Met meer dan vijftig media-exploitanten en honderden geregistreerde adverteerders is het langverwachte advertentieplatform van Media Futures Market officieel live gegaan. Het advertentieplatform, dat functioneert als omgeving waar adverteerders en media-exploitanten direct met elkaar kunnen handelen, wil vertrouwen, transparantie, gemak en kosten-efficiëntie in het media-ecosysteem terugbrengen. Daarbij gaat het zowel om online als offline media binnen de kanalen video, audio, print, out of home, display en social media.

David Huijzer