WebAds voorziet doorbraak mobile advertising in 2011

09-03-2011 10:01

Mobiel adverteren kan en moet steeds vaker onderdeel zijn van een crossdigitale aanpak om gericht een doelgroep te bereiken. Naast adverteren op mobiele websites, groeit het aantal mogelijkheden voor InAppvertising snel. Uitgevers moeten nu strategische keuzes maken welke titels c.q. content zij actief mobiel aanbieden en of zij dit via een app of een mobiele website doen.

Marita van Wijngaarden, Managing Director WebAds Nederland: "De mobiele advertentiemarkt is op dit moment nog klein. Veel adverteerders betrekken mobiele mogelijkheden nog nauwelijks in hun mediaplannen. Tot voor kort was het bereik via mobiel ook relatief beperkt en waren er veel technische obstakels maar dat is, mede door de snelle groei van smartphones en tablets zoals de iPad, ondertussen grotendeels opgelost. Wij zien in Nederland en andere Europese landen een zeer snelle groei van het mobiele gebruik. Momenteel zijn er al ruim 6 miljoen 3G abonnementen in omloop (Bron: Mary Meeker) en is volgens het Establishment Survey 2010 van STIR de groei van het internetgebruik via mobiel in Nederland 45%. Daarbij gaat het om het zoeken van nieuws en informatie, het onderhouden van contacten via social media en steeds meer locatie specifieke diensten via apps.

Deze groei biedt adverteerders interessante kansen om hun doelgroep gericht en effectief te bereiken. Omdat mobiele gebruikers vaak volle aandacht hebben voor hun scherm is er sprake van een zeer persoonlijke vorm

van communicatie. Mobiel daagt uit tot het leggen van direct contact (bellen, SMS, social media, e-mail). Een succesvolle mobiele campagne moet dan ook een concrete call to action bevatten."

"Uit onze adserverdata zien wij bovendien dat de consument op verschillende momenten van de dag andere devices gebruikt om online actief te zijn. Zo valt bijvoorbeeld op dat overdag de pc het meest in gebruik is en dat in de avonduren relatief veel gebruik wordt gemaakt van tablets en smartphones. Adverteerders kunnen hierop inspringen door inzet van de juiste crossdigitale mix van reguliere websites en mobiele sites en apps".

Eerste exploitant met combinatiepakket vast-mobiel adverteren
WebAds heeft daarom als eerste exploitant combinatiepakketten binnen een specifiek Umfeld gelanceerd waarmee het mogelijk is snel een gecombineerd bereik op te bouwen via zowel reguliere als mobiele websites. Denk hierbij aan Digitale Dagbladen, Voetbal en Innovators. Deze crossdigitale pakketten combineren zowel de voordelen van internet als van mobiel en zorgen ervoor dat de doelgroep online wordt bereikt via elk kanaal en op elk moment van de dag. Naast deze crossdigitale inzet biedt WebAds ook mogelijkheden voor InAppvertising (smartphones en tablets), adverteren op mobiele websites en op reguliere websites met target mobiel.

David Huijzer