

[M]MEDIA LUST HET WEB ZONDER COOKIES RAUW



Het jaar 2022 staat in het teken van performance based content marketing, zegt managing director Jouke Tjeerdsma van [M]media. Naast kanalen en Umfeld biedt zijn bedrijf met content de context voor het vinden van doelgroepen op een internet zonder third party cookies. Voor adverteerders sluit [M]media langlopende samenwerkingen met niche-uitgevers voor het maken van content. Doel is een hoge score op relevante zoektermen, essentieel in een wereld waarin geen third party cookies meer bestaan.

Die nieuwe wereld wordt eind 2023 werkelijkheid als Google stopt met cookies. Andere partijen zullen volgen, weet Tjeerdsma. Wellicht dat de discussie over het Transparency Consent Framework (TCF) van IAB Europe dit versnelt. Uiteindelijk is het zaak om doelgroepen te identificeren op basis van context. “Wij hebben al campagnes die compleet zonder cookies draaien op technologie van onze partner Adhese.” Daarmee loopt [M]media voorop in de markt. “Ook zonder cookies weten we exact wie we op welke sites bereiken. Umfeld wordt weer belangrijk, en generieke nieuwssites gaan het moeilijk krijgen.” De focus ligt daarom op zes interessegebieden waarmee [M]media maandelijks meer dan tien miljoen mannen en vrouwen bereikt via ruim honderd websites en apps: automotive, sport, lifestyle mannen, lifestyle vrouwen, food en - sinds kort - finance. Dit nieuwe kanaal ontstond door de samenwerking met IEX Media, dat twaalf titels uitbrengt voor een kapitaalcrachtige doelgroep geïnteresseerd in aandelen, beleggen en crypto.

“In 2023 zijn wij de frontrunner in adtech en performance based content marketing voor publishers en adverteerders. Op het gebied van technologie hebben we onze strepen wel verdiend en lopen we voorop met onze ad stack. Met performance based content marketing gaan we dit jaar een flinke slag slaan, na een paar succesvolle testcases met ons zelf ontwikkelde product Flywheeler die we afgelopen jaar hebben gedraaid.”

WWW.MMEDIA.NL



ALIEN TRICK PROJECTS B.V. INSPIRATIE KRIJGT BIJ ONS ALLE RUIMTE



Raymond van Cleef is strategy director en mede-oprichter van strategisch ontwerp bureau AlienTrick uit Hengelo. Hij en de andere ‘Aliens’ vierden Valentijnsdag dit jaar onder meer met een nieuwe website, nieuwe socials en de pay-off ‘We inspire...’ “Niet dat we nu pas zijn begonnen met inspireren hoor”, vertelt Van Cleef lachend.

“We proberen altijd te inspireren en worden zelf ook graag geïnspireerd. Inspiratie is dan ook vooral een wisselwerking. Als wij prettig en kwalitatief met onze opdrachtgevers samenwerken, raken we geïnspireerd door hun bedrijf, hun concept, hun producten en hun mensen. Dat zet ons weer in onze kracht om hen persoonlijk te inspireren, zodat ze hun doelstellingen zo goed mogelijk kunnen behalen. Daarom vinden we het echt heel belangrijk dat er een klik is. Die klik is er al jaren met Philips, Herman Kardon en LG. Maar ook met meer lokale organisaties zoals het Twents Poppodium en de gemeente Venray. Duurzame relaties dus, daar krijgen wij pas energie van! Toegevoegde waarde kun je immers pas bieden als je klant echt goed kent.”

“Wij inspireren onze opdrachtgevers door hen te betrekken in elke fase van het ontwerpproces. Daarbij gaat het er vooral om dat we bijdragen aan hun doelstelling. Onze bijdrage moet meetbaar en toetsbaar zijn, maar ook modulair en flexibel, zodat we op basis van tussentijdse resultaten onderdelen van een opdracht kunnen aanpassen. We willen de doelgroep op het juiste moment echt raken.”

“We hebben de markt de afgelopen 23 jaar al een paar keer zien veranderen, maar de grote gemene deler is nog altijd betrokkenheid bij de opdrachtgever. Die zorgt voor een prettige werrelatie en voedt onze passie en ons plezier in het vak.”

WWW.ALIENTRICK.COM