

NMO Online

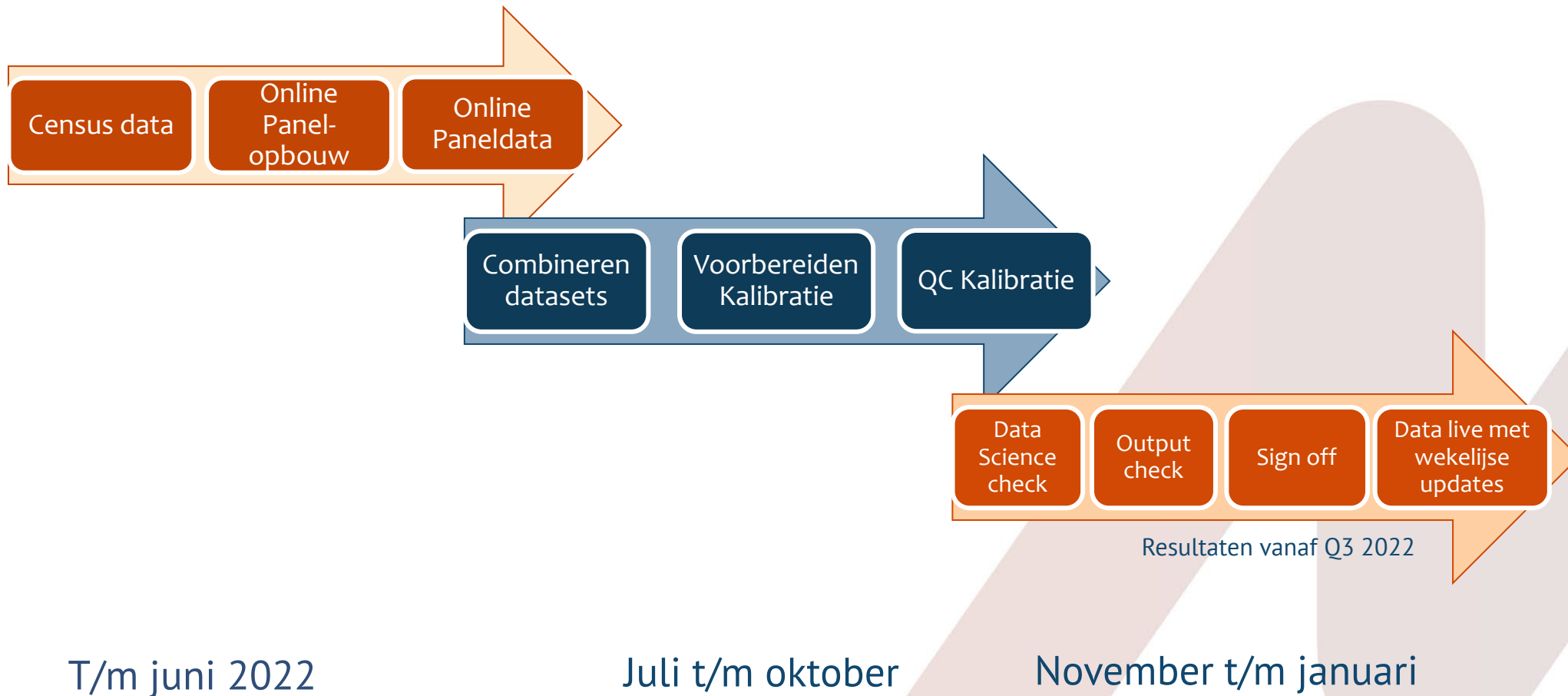
Introductiesessie 3 - Wat zit er straks in de data en wat kun je ermee?

24 november 2022

Agenda vandaag

1. Introductie
2. Kenmerken in de dataset
3. NMO Online gecombineerd met print tot Mediamerkenbereik
4. Toegang tot de resultaten en voorbeelden van gebruik - analyses
5. Voorbeelden van gebruik in DSP Tool bij Opt Out Advertising
6. Afsluiting

Fase 1A planning en activiteiten



Kenmerken in de dataset

Binnenkort eerste data NMO Online fase 1

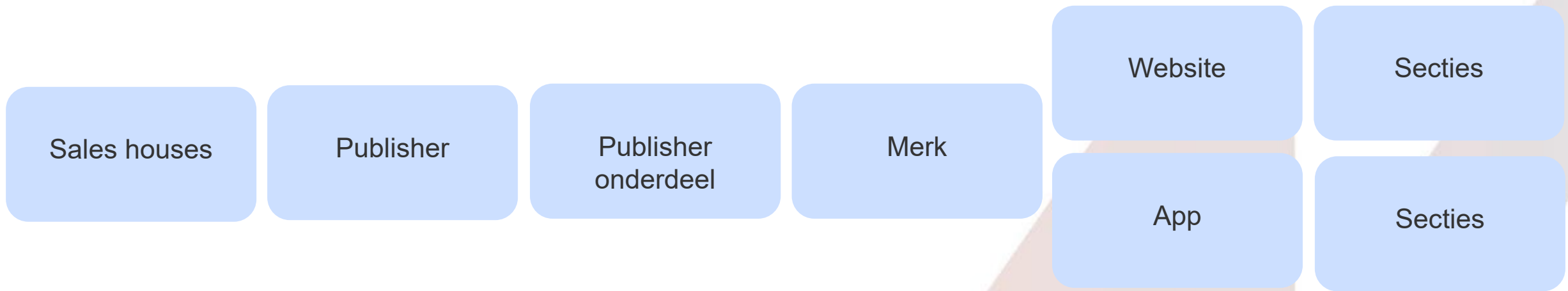


- Totaal bereik obv Traffic, later ook Online Video
- Van de deelnemende publishers
- O.b.v tag based censusdata en data uit Online panel
- Zodra data uit het tweede panel beschikbaar is, wordt bereik van andere merken toegevoegd, zoals Google, Facebook etc.

Google



Metrics: bereik, profiel, tijdsduur



- Meerdere saleshouses mogelijk per merk.
- Publisher onderdeel met name bedoeld voor broadcasters van NPO.
- Meerdere apps en websites afzonderlijk mogelijk per merk.
- Secties ipv NOBO sub-merken

Sites, Apps en Mediamerken

Bereik van websites en apps:

- Websites en apps worden apart gerapporteerd: volkskrant.nl, digitalekrant.volkskrant.nl, de Volkskrant app, de Volkskrant krant app.

Online merkbereik

- Mediamerk beschikbaar in de data (de Volkskrant)

Device

- Computer, tablet, mobiel en big screen



Andere kenmerken

Traffic

- Content categorieën.
- Homepage ja/nee
- Ingelogd gebruik ja/nee (mogelijk in de toekomst gepubliceerd)

Online Video obv Videostarts

- Play on click
- Video lengte
- Video publisher

NMO Content ID	NMO Content ID_txt	NMO Content ID	NMO Content ID_txt
1000	Beauty en fashion	2100	Nieuws en Achtergronden
1001	Fashion, Beauty, Lifestyle - mannen	2101	Nieuws en Actualiteiten
1002	Fashion, Beauty, Lifestyle - vrouwen	2102	Criminaliteit en rechtspraak
		2103	(Natuur-)Rampen
1100	Duurzaamheid	2104	Politiek en Beleid
		2105	Nieuws Lokaal en Regionaal
1200	Economie, beleggen en personal finance		
1201	Economie en Beleggen	2200	Carriere, Opleiding en Educatie
1202	Personal Finance	2201	Carriere
		2202	Opleiding en Educatie
1300	Serie, Film en Entertainment		
1301	Film	2400	Religie en geloof
1302	Reality		
1303	Series	2600	Spel, quiz en puzzels
1304	Royalities en Celebrities		
1305	TV Gids en programma informatie	2700	Sport en fitness
		2701	Auto- en motorsport
1400	Gezondheid en zorg	2702	Voetbal
1401	Medische zorg	2703	Schaatsen
1402	Gezonde levensstijl	2704	Wielrennen
1500	Huis, Tuin en Inrichting	2800	Techniek en wetenschap
1501	Onroerend goed	2801	Technologie
1502	Tuin	2802	Wetenschap
1503	Huis en Inrichting		
		2900	Vakantie en reizen
1600	Koken en eten		
		3000	Auto en vervoer
1700	Kunst en cultuur		
1701	Boeken en literatuur	3100	Kids
1702	Kunst		
		3200	Video Gaming
1800	Familie en relaties	3201	Console Games
1801	Liefde en dating	3202	eSports
1802	Gezin en opvoeding	3203	Mobile Games
		3204	PC Games
1900	Muziek, festivals en evenementen		
1901	Populaire Muziek	3300	Informatie Overig
1902	Klassieke muziek	3301	Weer
1903	Muziek Overig	3302	Route en file informatie
1904	Concerten en Muziekevenementen	3303	Zoekmachines
2000	Natuur en outdoor	3400	Shopping en vergelijken
2001	Dieren	3401	Vergelijkingssites
2002	Natuur en Outdoor	3402	Online Shopping/ E Commerce
		3403	Veilingsites
		3500	Social Media
		3501	Social Media-1 (jong)
		3602	Social Media-2 (algemeen)
		3600	Overig

Type platform, type content

- Typering voor site en apps beschikbaar in NMO Online Bereiksonderzoek
- Streven is om publishers ook pagina's/ artikelen en video's te laten labelen
 - Content ID volgens IAB (Tier 1 en 2)
 - Content ID volgens NMO classificatie
- Devices: computer, tablet, mobiel en big screen
- Voor inzicht in bereik van typen sites en apps en content

Tijdseenheden



Periodes kunnen flexibel worden ingesteld

- (Uren)
- Dag(en)
- Weken
- Maanden
- Iedere willekeurige periode

Doelgroepen

- Alle achtergrondkenmerken qua indeling en definities gelijk met alle andere onderdelen
- Socio demografische kenmerken: Leeftijd, geslacht, opleiding, sociale klasse, positie in huishouden, inkomen
- Huishoudkenmerken: gezinssamenstelling, regio tot op Cebucogebied-niveau
- Bezit eigen huis, auto, etc
- Daarnaast interesses en activiteiten.
- Op termijn koppeling met achtergrondkenmerken uit de Doelgroepmonitor
 - Uitbreiding interesses en activiteiten
 - Productgebruikkenmerken
 - Houding t.a.v. reclame
 - Normen en waarden



Beschikbare websites, apps en merken in de dataset

- Welke merken beschikbaar zijn in de dataset wordt bepaald aan de hand van tagged processing list (TPL).
- De TPL wordt maandelijks verspreid onder publishers.
- Meeste websites en apps vanaf 1 juli in de data.
- Sommige websites en apps verschijnen later in de data.
 - RTL
 - OLV van NPO
 - Websites en apps die door publishers later zijn aangemeld.

Owner / c_nmo_24	Brand c_nmo_22	Title / c_nmo_20	web or app / c_nmo_21	NMO Content ID / c_nmo_25	c_nmo_accepted	Comments
AndCMedia	AndC	andc.tv	web	1002	3	
Automotive MediaVentions	AutoTrack	autotrack.nl	web	3000	2	
Automotive MediaVentions	AutoWereld	autowereld.nl	web	3000	2	
Automotive MediaVentions	Gaspedaal	gaspedaal.nl	web	3000	2	
Bindinc.	Guidinc.	guidinc.nl	web	1300	3	
Bindinc.	Televizier	televizier.nl	web	1300	3	
Bindinc.	TVGids.nl	tvgids.nl	web	1300	3	
Bindinc.	TVGids.nl	TVgids.nl	app	1300	3	
DPG Media	AD	AD	app	2100	3	
DPG Media	AD	AD - Digitale krant	app	2100	3	
DPG Media	AD	ad.nl	web	2100	3	
DPG Media	AD	digitalekrant.ad.nl	web	2100	3	
DPG Media	Ariadne at home	ariadneathome.nl	web	1500	3	
DPG Media	Autoweek	autoweek.nl	web	3000	3	
DPG Media	BN DeStem	BN DeStem	app	2100	3	
DPG Media	BN DeStem	BN DeStem - Digitale krant	app	2100	3	
DPG Media	BN DeStem	bndestem.nl	web	2100	3	
DPG Media	BN DeStem	digitalekrant.bndestem.nl	web	2100	3	
DPG Media	Brabants Dagblad	bd.nl	web	2100	3	
DPG Media	Brabants Dagblad	Brabants Dagblad	app	2100	3	
DPG Media	Brabants Dagblad	Brabants Dagblad - Digitale krant	app	2100	3	
DPG Media	Brabants Dagblad	digitalekrant.bd.nl	web	2100	3	

NMO Online data in batches uitgeleverd

Tweede helft december: Q3 data beschikbaar voor deelnemers die Comscore gebruiken. Tevens input voor NOM Merkenmonitor

Begin januari 2023: aangevuld met oktober data + NPO vanaf augustus2022 (RTL nog in onderzoek)

Tweede helft januari 2023: Q4 2022 compleet

Daarna werken we toe naar wekelijkse leveringen via software aanbieders voor deelnemers en bureaus



NMO Online en Print gecombineerd tot Mediamerken

NPMM

NOM: geen print, maar mediamerken

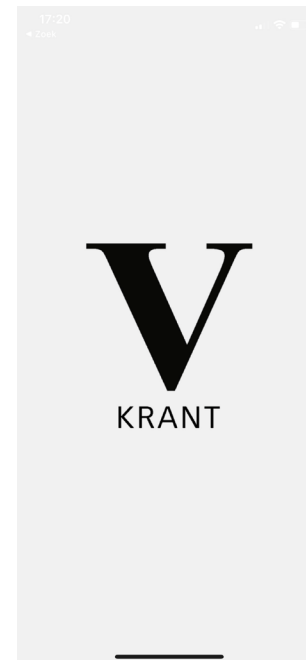
- Al enige jaren levert NOM niet alleen printbereik op, maar merkbereik: combinatie van print- en online bereik
- Hiervoor worden gegevens van printbereiksonderzoek en online bereiksonderzoek gefuseerd
- Met NMO Online wordt invulling gegeven aan wens van de markt om inzicht te krijgen in editiebereik in plaats van bereik op papier en digitaal
- Editiebereik = bereik van de krant op papier en haar digitale versie van de krant (replica)



In NMO Online wordt Replica-bereik apart geregistreerd



- Wanneer valt het bezoek van een site of app onder 'digitale editie' of replicabereik?
- Als de bezoeker toegang heeft tot de hele editie, als hij/zij een pagina opent



Na samenvoeging: lezen in beeld

	Krant (Statisch)	Web/ app (Dynamisch)	
Print	✓		Printbereik
Online	✓	✓	
	Krantbereik	Online bereik	Mediamerken bereik

Toegang en voorbeelden

Publicatie via NMO website (voorbeelden)

Toplijsten



Bereik (6+) online media uit Nederlands Online Bereiksonderzoek februari 2022*						
Titels	Totaal devices		PC/Laptop	Tablet	Smartphone	
	Bereik (abs.) feb. 2022	Bereik (%) feb. 2022	Bereik (%) jan. 2022	Bereik (%) feb. 2022	Bereik (%) feb. 2022	Bereik (%) feb. 2022
1 Google	13.515.000	83,5	84,3	47,1	19,4	71,1
2 Whatsapp	12.088.000	74,7	75,6	11,9	1,2	73,0
3 Youtube	11.991.000	74,1	75,4	32,0	15,7	56,7
4 Facebook	11.606.000	71,7	71,7	27,9	13,6	56,7
5 Google Maps	11.339.000	70,1	70,2	25,5	9,5	59,1
6 Bol.com	10.986.000	67,9	70,3	33,8	9,9	49,6
7 Instagram	9.027.000	55,8	56,7	13,0	6,7	48,2
8 AH	7.866.000	48,6	47,6	13,8	5,2	39,3
9 NU.nl	7.851.000	48,5	50,0	15,0	9,3	38,8
10 Marktplaats	7.487.000	46,3	49,7	13,8	10,8	38,3
11 Google Play	7.180.000	44,4	44,3	4,9	6,3	37,6
12 Twitter	7.123.000	44,0	40,2	14,8	4,6	32,3
13 AD	6.735.000	41,6	44,9	12,1	7,4	31,6
14 Buienradar	6.473.000	40,0	36,1	9,0	7,6	31,9
15 NOS	6.393.000	39,5	41,0	7,1	11,5	31,5
16 Spotify	6.388.000	39,5	40,3	5,1	4,3	35,0
17 Amazon	5.527.000	34,1	37,4	13,9	4,1	21,6
18 Messenger	5.419.000	33,5	33,5	0,0	4,6	31,1
19 De Telegraaf	5.337.000	33,0	36,9	8,1	7,2	25,3

Bereik in doelgroepen

Bereik online media uit Nederlands Online Bereiksonderzoek in diverse doelgroepen december 2021*											
Titels	Totaal 6+	Totaal 13+	13-19 jaar	20-34 jaar	35-49 jaar	50-64 jaar	65 jaar en ouder	Mannen 6+	Vrouwen 6+	Sociale klasse AB1 13+	
	Bereik#	Bereik%	Bereik%	Bereik%	Bereik%	Bereik%	Bereik%	Bereik%	Bereik%	Bereik%	Bereik%
1 Tagged, NU.nl	7.889.000	49,0	52,5	25,6	60,0	62,0	59,0	38,0	51,1	46,9	57,2
2 Tagged, Marktplaats	7.553.000	46,9	50,1	34,6	56,7	60,0	55,0	33,1	46,9	46,8	51,9
3 Tagged, AD	7.143.000	44,3	47,5	31,8	50,8	56,7	51,1	36,6	43,1	45,5	50,1
4 Tagged, nos	6.648.000	41,3	44,1	24,7	47,2	51,7	50,5	33,5	44,8	37,8	49,2
5 Tagged, buienradar	5.806.000	36,0	38,8	35,0	40,8	44,1	41,7	29,2	38,5	33,6	38,6
6 Tagged, De Telegraaf	5.803.000	36,0	38,8	20,9	37,0	47,1	46,5	30,3	37,1	35,0	40,6
7 Tagged, rtlnieuws	5.180.000	32,2	34,6	22,7	39,3	44,6	37,4	20,6	30,2	34,1	35,4
8 Tagged, n po	4.011.000	24,9	26,8	11,5	28,0	30,9	35,0	18,3	24,5	25,3	31,2
9 Tagged, nrc.nl	3.417.000	21,2	22,9	10,0	23,4	31,1	25,8	15,2	21,2	21,2	25,6
10 Tagged, avrotros	2.781.000	17,3	18,6	5,4	14,9	20,4	22,9	21,3	16,2	18,3	18,7
11 Tagged, de Volkskrant	2.718.000	16,9	18,2	4,5	22,2	19,6	22,2	13,6	16,6	17,1	21,9
12 Tagged, Trouw	2.689.000	16,7	17,9	6,1	22,2	19,7	21,4	12,7	16,3	17,1	19,8
13 Tagged, de Gelderlander	2.610.000	16,2	17,5	6,2	20,9	22,3	17,1	13,6	15,2	17,2	18,7
14 Tagged, Indebuurt	2.599.000	16,1	17,4	8,6	24,2	20,8	16,0	11,6	14,4	17,8	19,0
15 Tagged, Veronica Supergui	2.334.000	14,5	15,6	8,0	16,7	18,3	17,6	12,5	12,6	16,3	14,8
16 Tagged, Story	2.276.000	14,1	15,3	6,4	14,1	15,3	19,2	15,7	11,3	16,9	15,5
17 Tagged, Show	2.264.000	14,1	15,1	7,9	17,0	19,6	16,2	10,0	11,4	16,7	14,9
18 Tagged, de Stentor	2.228.000	13,8	14,9	5,3	17,4	19,2	17,6	8,5	13,5	14,2	15,1
19 Tagged, Metro	2.220.000	13,8	14,9	9,0	21,6	19,1	13,7	6,8	10,4	17,1	16,3
20 Tagged, Flair	2.125.000	13,2	14,2	5,0	16,6	16,7	15,5	11,2	9,2	17,1	15,2
21 Tagged, Sportnieuws.nl	1.888.000	11,7	12,6	13,1	12,6	14,0	14,9	8,4	15,2	8,3	14,1
22 Tagged, Het Parool	1.806.000	11,2	12,1	2,8	15,5	12,7	16,3	7,0	11,1	11,3	14,2
23 Tagged, Tubantia	1.787.000	11,1	12,0	6,3	14,6	15,0	13,0	7,2	12,0	10,2	13,0
24 Tagged, Dumpert	1.784.000	11,1	11,9	6,8	22,2	16,6	9,1	1,4	16,3	5,9	14,8

- Mogelijkheden APIs worden ook onderzocht in NMO verband

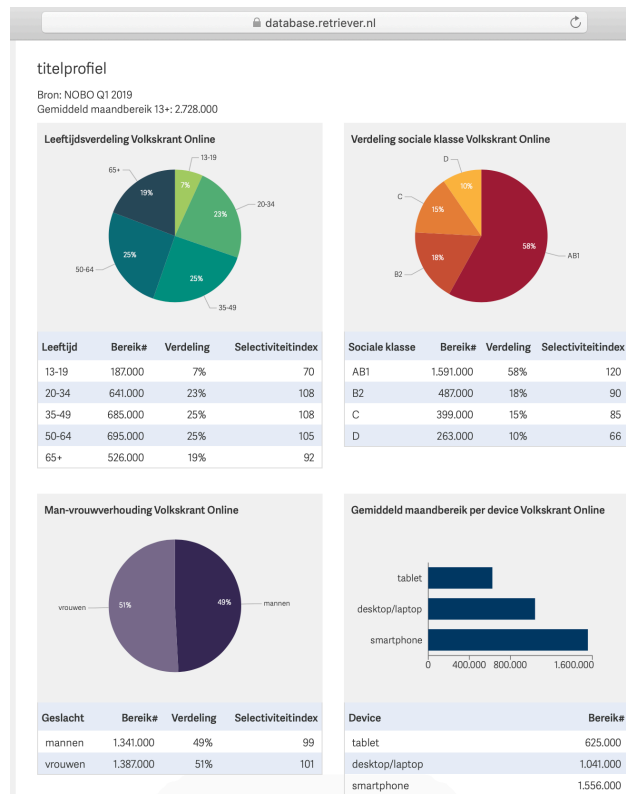
Zelf de diepte in via analyse software

- We hebben contact met meerdere software-aanbieders
- GfK Adware en Techdge maken de data via hun software beschikbaar.
 - Eigen licentie vereist.
 - Techedge bekend bij broadcasters vanuit tv data en ontsluit ook de NMO radiodata



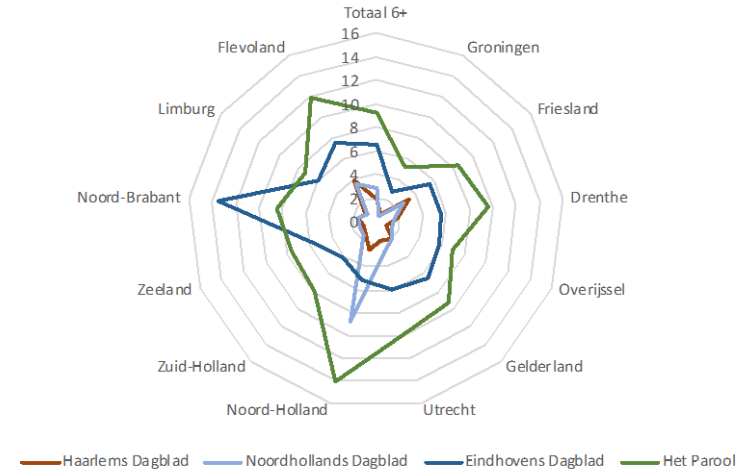
Voorbeelden

Bezoekersprofielen – uit Retriever Ook met NMO Online voortgezet

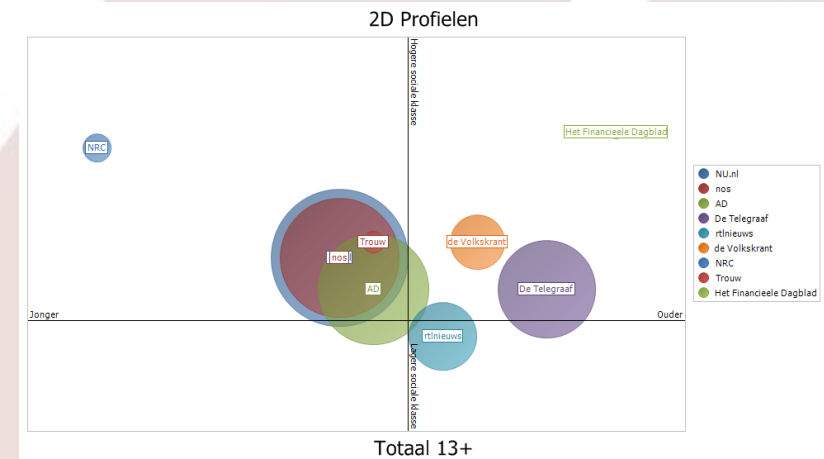


• retriever
media
informatie

Bereik per provincie voor regionale titels



Positionering online merken



Toepassing NMO Online data in DSP tool

Opt Out Advertising

NMO

Opt Out advertising team

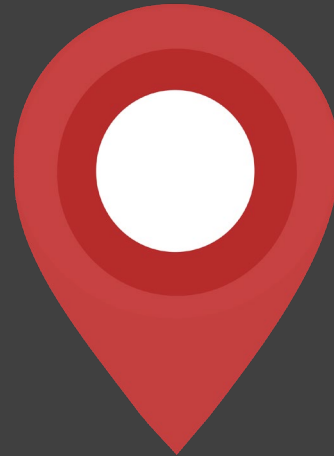


Opt Out: targeting opties met én zonder consent



Doelgroep

Digital Audiences
NMO panel



Locaties

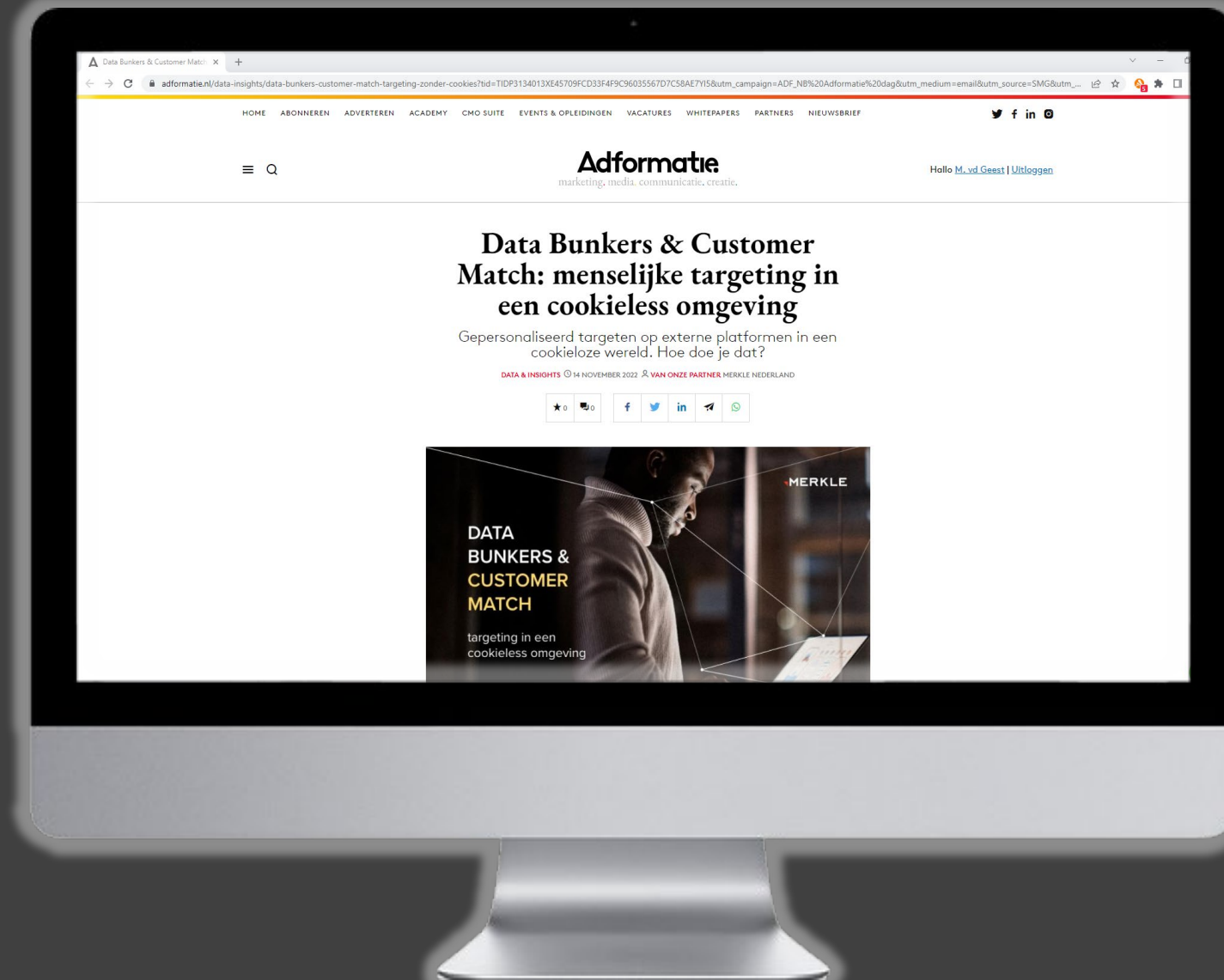
IP Adressen
Content uit de regio
NMO panel



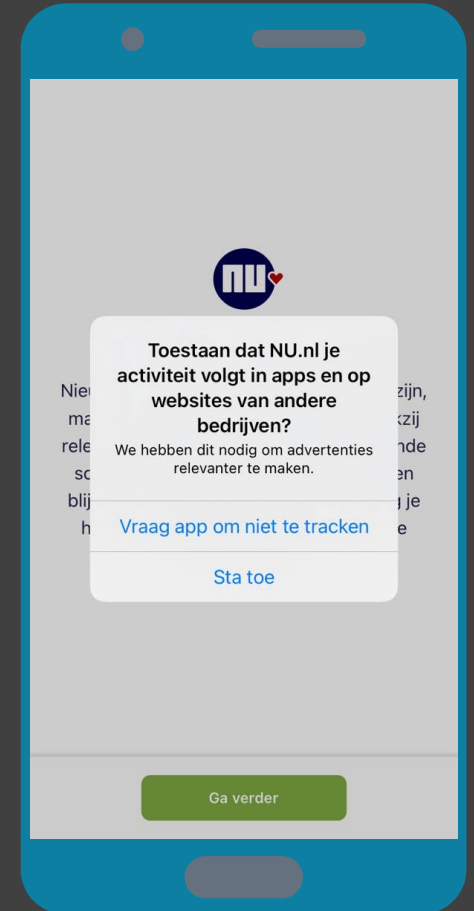
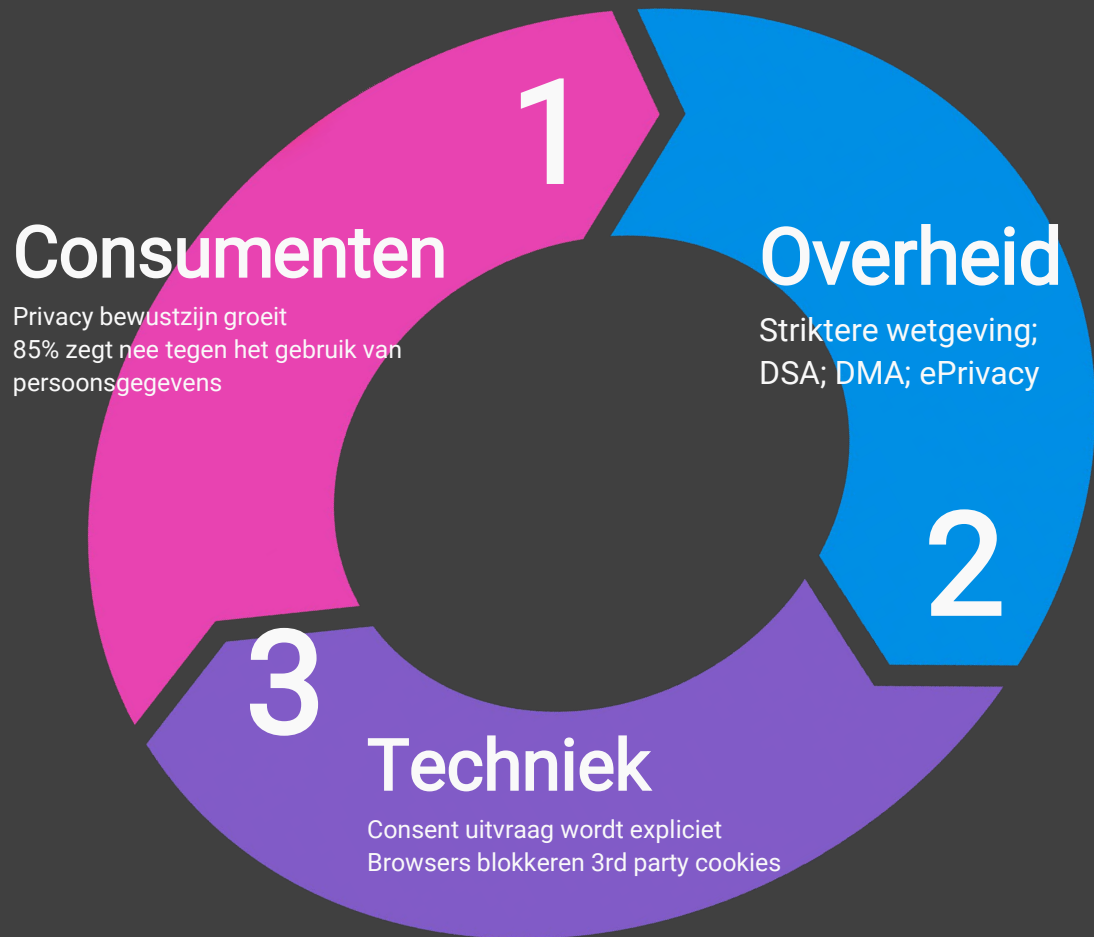
Context

IAB categorieën
o.a. sport, automotive
NMO panel

Cookieloze initiatieven zijn niet de volledige oplossing

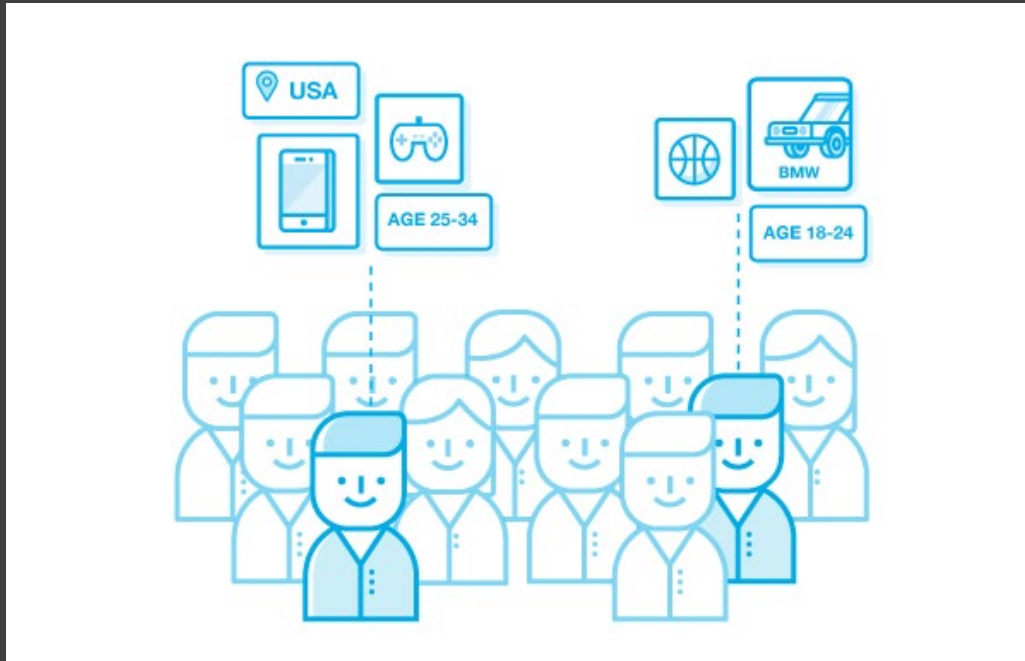


Steeds meer **no-consent** inventory



Inspelen op doelgroep: Audience vs Panel data

Consent: Audience data & first party data



No-Consent: Paneldata



Inspelen op doelgroep: Audience vs Panel data

Audience data: zoekt een een-op-een match met de doelgroep o.b.v. online gedrag of login gegevens.

- Socio demografische kenmerken
- Huishoudkenmerken
- Regio
- Koophuis bezitters
- Interesses en online gedrag
- Beroep

Paneldata: informatie die is afgeleid van observaties van een groep consumenten (panel) die een grotere populatie of publiek vertegenwoordigt.

- Socio demografische kenmerken
- Huishoudkenmerken
- Regio
- Koophuis bezitters
- Interesses en activiteiten
- Beroep

- Campaigns
- Analytics
- Ad vault
- Segments
- Lists
- Deals
- Data Feeds
- Reports
- Report templates
- Users
- Change log
- Ad queue

Campaign: Hypotheker_prospecting_think_AO_display_banner_optout_digitalaudience

Overview / Opt Out Advertising / Dept / hypotheker / Hypotheker_prospecting_think_AO_display_banner_optout_digitalaudience

- General
- Targeting
- Inventory
- Ads
- Segments**
- Advanced rules
- Sub-strategies

CANCEL SAVE PAUSE

Advertiser segments (consent only)

+ ADD RULE + CREATE NEW SEGMENT

Filter records

Name	Type	Active	Targeting	Period
------	------	--------	-----------	--------

30 Showing rows 0 to 0 of 0

Audience segments (consent only)

+ UPDATE RULES

Filter records

Name	CPM price (cents)	Action	Selected segments
Age	75	bid	26 - 35 years, 36 - 45 years, 46 - 55 years, 56 - 65 years
Home ownership	200	bid	Home owner

30 Showing rows 1 to 2 of 2

1

Doelgroepen NMO online (consent & no-consent)

+ UPDATE RULES

Filter records

Name	CPM price (cents)	Action	Selected segments
Age	75	bid	26 - 35 years, 36 - 45 years, 46 - 55 years, 56 - 65 years
Home ownership	200	bid	Home owner

30 Showing rows 1 to 2 of 2

1

Inspelen op de juiste doelgroep



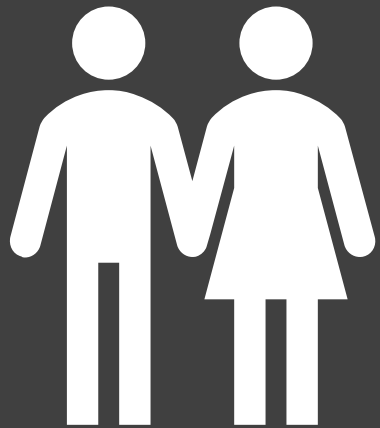
Doelgroep

Digital Audiences

NMO panel

Voorbeelden: Sixt + Hypotheker + Den Haag marketing

20-49



DUMPERT

QUOTE



opt out

rtl **nieuws**

Voorbeelden : Sixt + Hypotheker + Den Haag marketing

30-64



DAGBLAD VAN
NOORDEN HET



LINDA.

Voorbeelden : Sixt + Hypotheker + Den Haag marketing



COSMOPOLITAN

ENSEMBLE

vtwonen

MAMA

BEAUTIFY

BAZAAR

Inspelen op de juiste regio

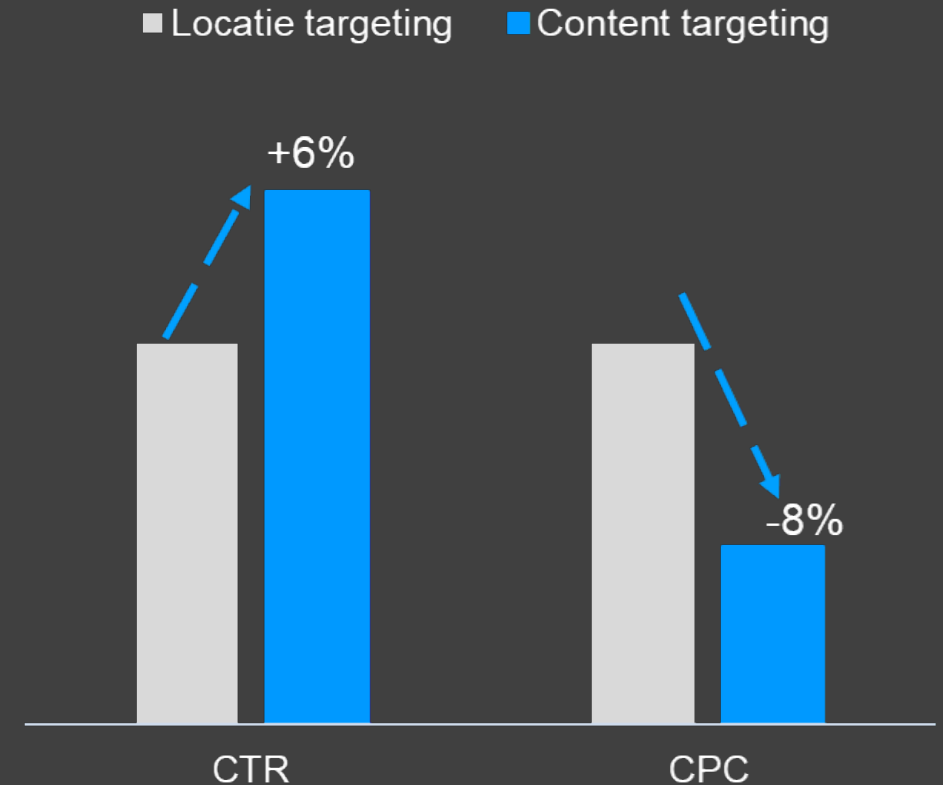


Locaties

IP Adressen
Content uit de regio
NMO panel

Husqvarna: relevante omgeving met én zonder consent

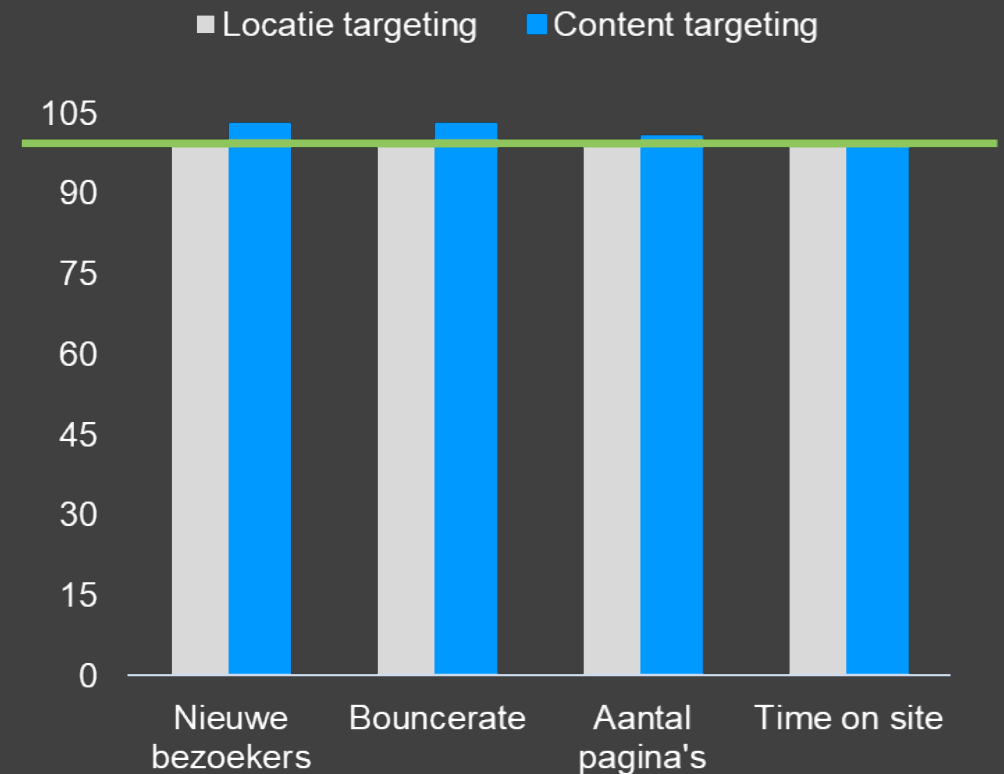
- Husqvarna (tuingereedschap) wil een doelgroep bereiken in een specifieke regio.
- Wij hebben hen uitgedaagd om de campagne op te splitsen in twee strategieën:
 - Locatie targeting
 - Content targeting, met nieuws over de regio zonder het gebruik van persoonsgegevens
- De campagnestrategie zonder het gebruik van persoonsgegevens laat een hogere CTR zien en tevens lagere kosten per click.



Husqvarna: relevante omgeving met én zonder consent

- Om te zien of er een verschil is in gedrag ná de click, keek Husqvarna naar de volgende KPI's: nieuwe bezoekers, bouncerate, aantal bezochte pagina's en hoe lang men op de site bleef.
- De resultaten laten geen grote verschillen zien tussen de twee strategieën. In sommige gevallen presteert de content aanpak zelfs iets beter.

Conclusie: je hebt geen persoonlijke informatie nodig om een relevante doelgroep te bereiken.



Thank you

linda@optoutadvertising.com

<https://optoutadvertising.nl/>

+31 (0) 97010257057

Dank voor jullie aandacht!