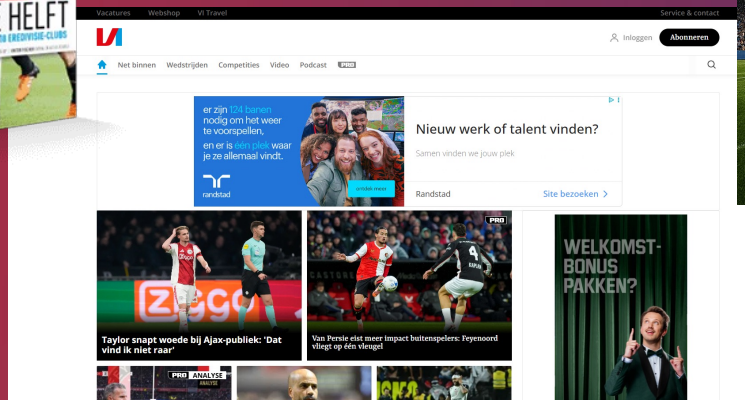


NMO verbindt ons allemaal

VINEX User Group

Patricia Sonius, Directeur Onderzoek

Het gefragmenteerd medialandschap



Waarom NMO?

Inzicht geven in wat Nederland (via media) leest, luistert en kijkt, middels betrouwbare en algemeen geaccepteerde data sets, die ervoor zorgen dat media, adverteerders en bureaus gevalideerde beslissingen kunnen nemen om hun bedrijfsdoelstellingen te realiseren.



Hoe?

Door een organisatie "Nationaal Media Onderzoek (NMO)", geïnitieerd en gefinancierd door commerciële en publieke media, bureaus en adverteerders en open voor mogelijke nieuwe partijen in de markt.



Initiatiefnemers van NMO

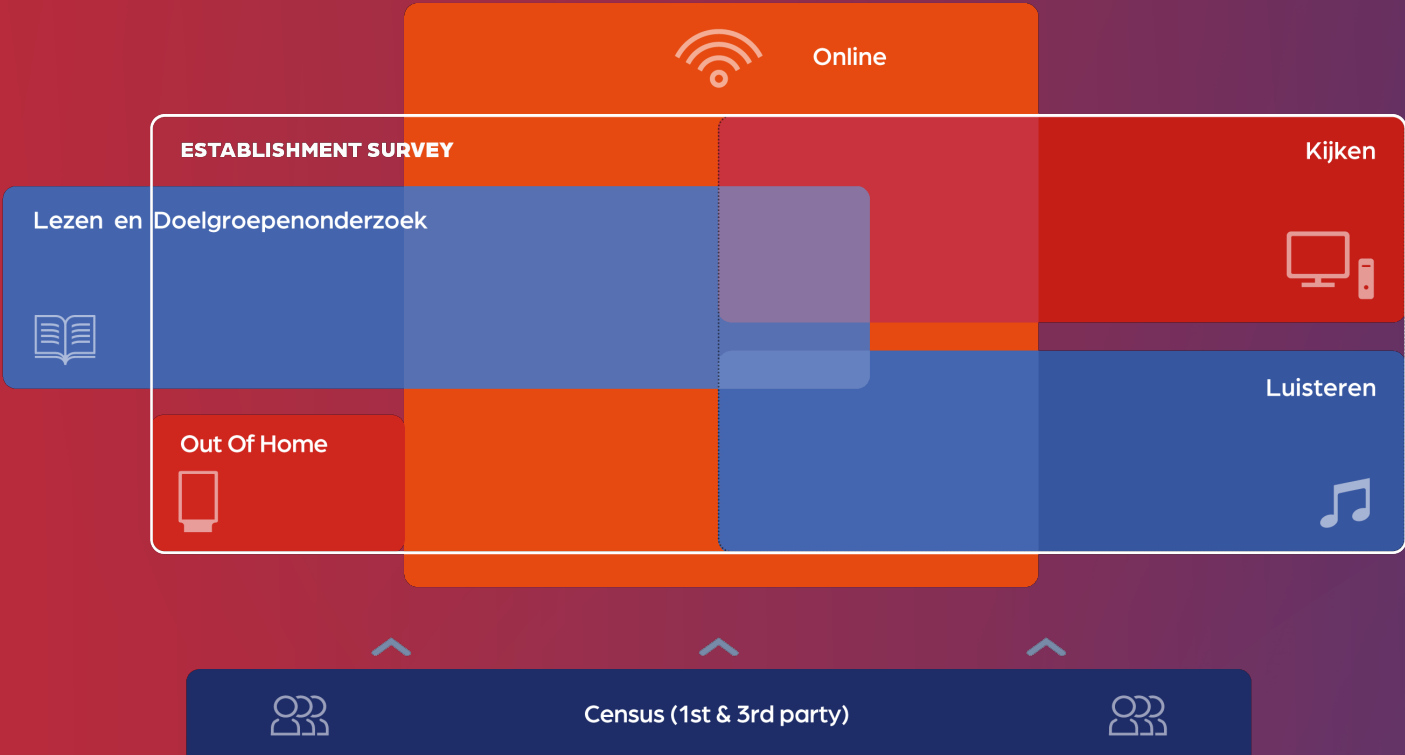


Hoe?

Door vernieuwende onderzoeken die samen onderdeel zijn van een "bereik onderzoek architectuur", welke gericht is op mede ontwikkeling van cross media data.



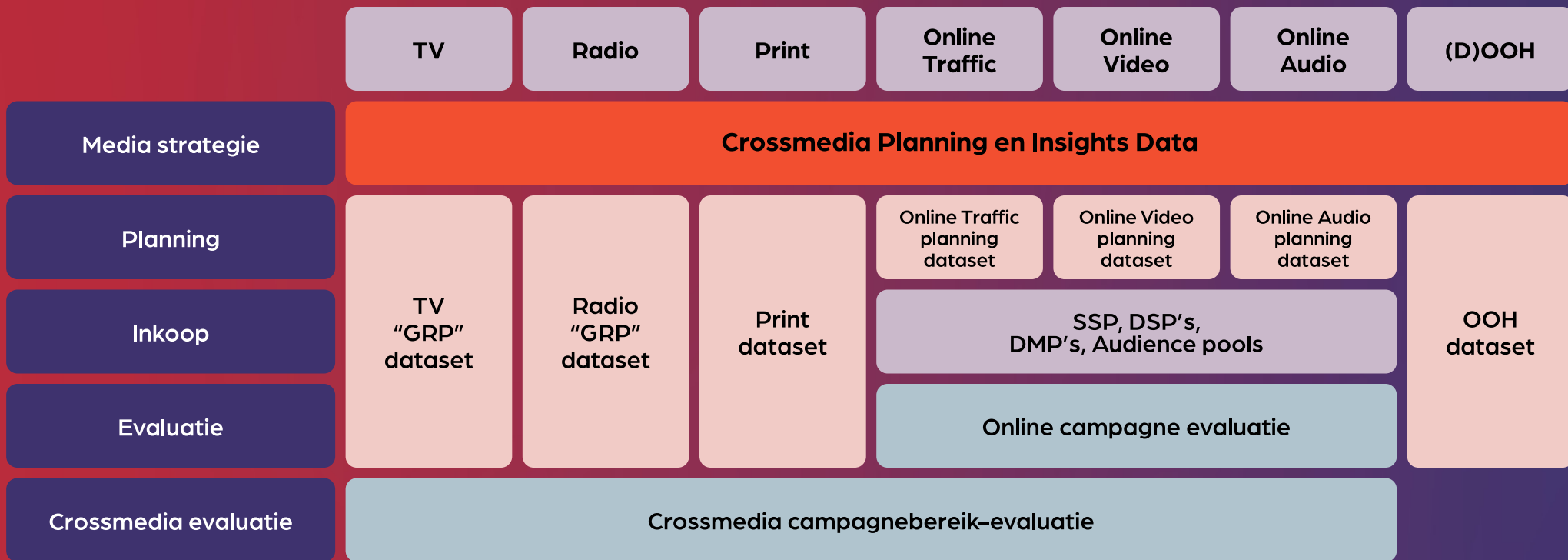
NMO Cross-Media architectuur



NMO Crossmedia in het kort



Wat is NMO Crossmedia?



Wat is NMO Crossmedia?

1. Dataset bedoeld voor strategische inzet (planning en inzichten)
2. Dataset gebaseerd op de gepubliceerde currencies voor alle mediumtypen (maandbasis)
3. Dataset geschikt om ook veranderingen binnen currencies te ondervangen

NMO Crossmedia is geen opzichzelfstaand onderzoek, maar een fusie-dataset

Waarom is NMO Crossmedia van belang?

- Mediaconsumptie is meerdimensionaal/gefragmenteerd
- We halen het beste uit de NMO architectuur
- Alle mediumtype worden op gelijke manier in-gefuseerd
- Het biedt een 'unified' marktstandaard, bepaald in gezamenlijkheid
- Vraag- en aanbodzijde put uit dezelfde analysebron voor strategische inzet

Hoe kan NMO Crossmedia worden ingezet?

Voor adverteerders

- Inzicht in uniek, overlappend, toegevoegd en totaal bereik
- Veel meer echte contacten gerapporteerd
- Veel meer keuze om campagne doelstelling te realiseren
- Veel meer sturing op ROAS (return on adspend)



Hoe kan NMO Crossmedia worden ingezet?

Voor media-eigenaren

- Meer inzicht in je totale inventory
- Meer inzicht verbetert yield management
- Commodity inventory kan naar premium
- Pakketten kunnen sterker worden gepositioneerd
- Verbeterde propositie t.o.v. Globals

Ook voor single-medium eigenaren



Hoe kan NMO Crossmedia worden ingezet?

Voor mediabureaus

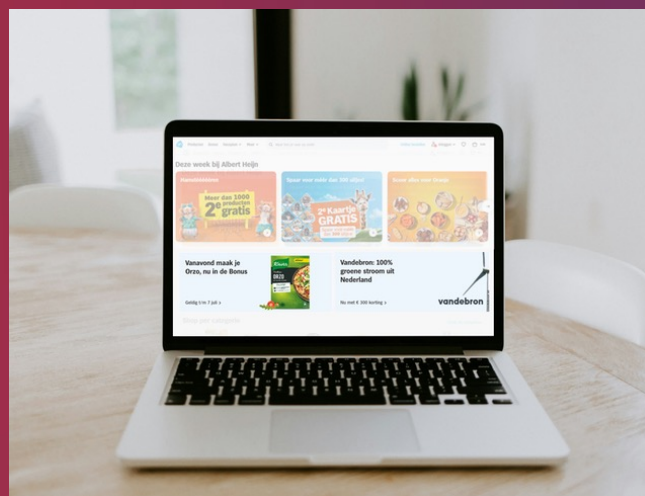
- Inzicht in crossmediaal bereik
- Synergie tussen planning & realisatie
- Betere waardebeoordeling contact, o.b.v. 1 bron
- Compleet beeld in 1 dataset



Wat betekent dit voor Retail media?



Digital Out of Home



Display



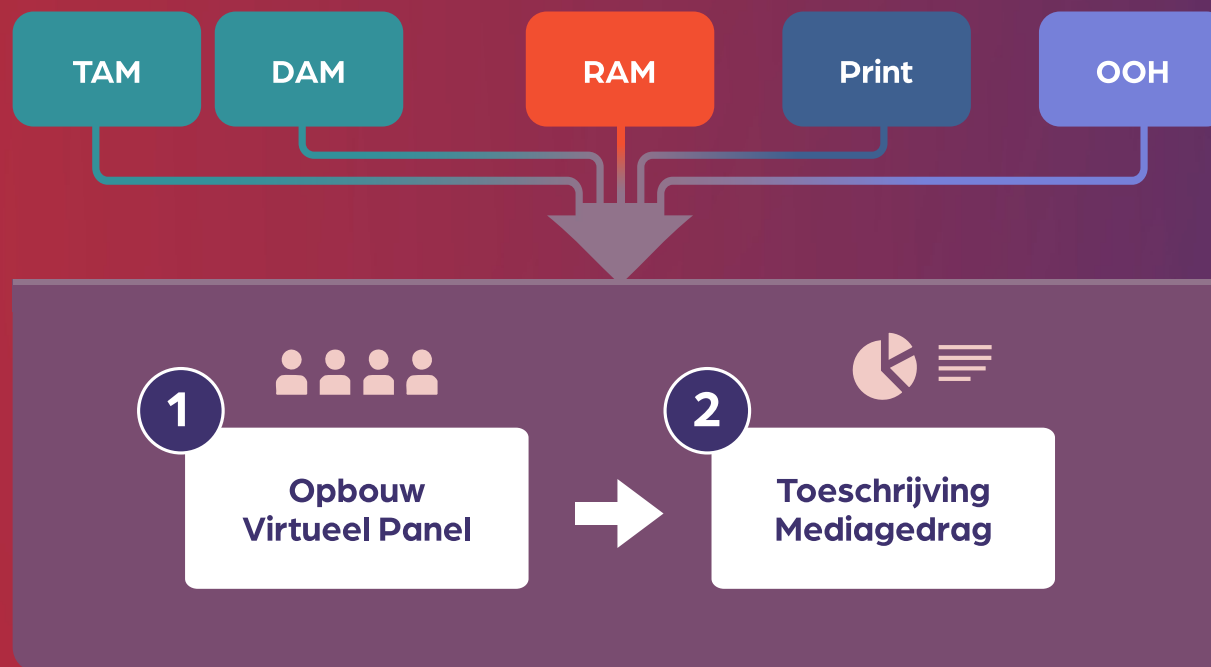
Print

NMO Crossmedia Methodiek

In het kort



Hoe komt NMO Crossmedia tot stand?



Hoe komt NMO Crossmedia tot stand?

Stap 1. Virtueel Panel

- Een virtueel panel betreft geen 'echte mensen', maar bestaat uit individuen op basis van 'samengestelde' data van anderen. Het virtuele panel zal elke 1,5 á 2 jaar worden geüpdatet met de meest recente informatie uit de gebruikte NMO steekproeven.

Stap 2. Toeschrijving Mediagedrag

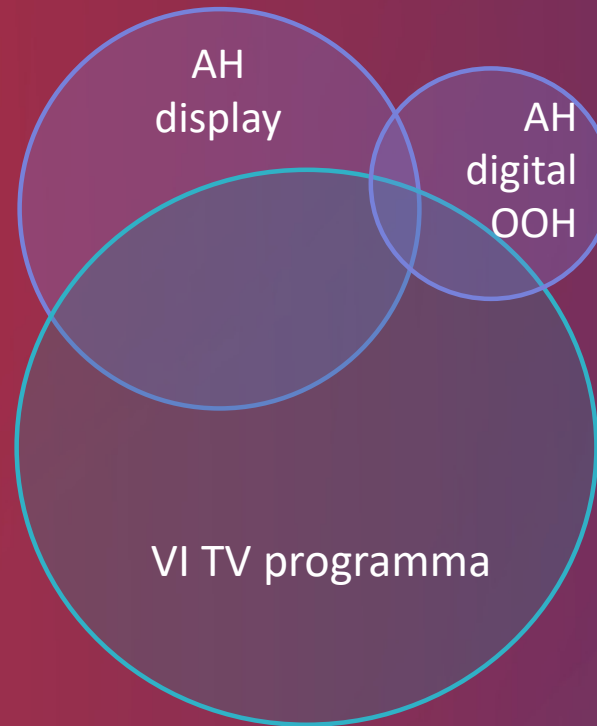
- Hierbij blijven de currencies zo veel mogelijk in tact, inclusief verbanden en patronen die we per mediumtype kennen. Het betreft een fusieproces van heel veel opeenvolgende stappen, waarin een gelijke behandeling van mediumtypen wordt gewaarborgd.

Waarom is gekozen voor deze methodiek?

- Resultaten zijn gebaseerd op de currencies en standaarden die zijn gepubliceerd in de markt
- Er wordt geen dataset of mediumtype voorgetrokken
- Flexibiliteit in het toevoegen of uitbreiden van NMO panels en datasets
- De methodiek biedt stabiliteit
- Korte doorlooptijden na setup

Welke inzichten zijn er zoal te halen uit NMO Crossmedia?

VI & AH: Jonge mannen
gemiddelde dag



Next steps



Harmonisatie op crossmedia metrics

- Definities van bereik en meetmethodieken variëren per dataset en mediumtype
- Introductie van een overkoepelend construct: contact
- In lijn met MRC standaarden en huidige currency calculatieregels

Van:



Tot:



Waar staan we nu?

- We doorlopen een zeer zorgvuldig proces; harmonisatie & afstemming metrics
- Resultaten pilot worden tot nu toe positief beoordeeld door experts

Focus nu:

- Eindevaluatie Pilot
- Beslissingen over vervolg
- Voorbereidingen treffen voor livegang

Welke stappen richting livegang?

Na sign-off model:

- Opbouw backdata kan gestart worden na lancering VideoTotaal
- Update Virtueel Panel
- Finaliseren definitie van contact en metrics
- Voorbereidingen voor software
- Opzet communicatie

Vragen?

