

FD MEDIAGROEP

# First Party Data audiences.

Lees verder





# Vertrekpunt

Vanwege privacy kwesties hebben veel browsers en bedrijven aangekondigd dat ze de ondersteuning van third-party cookies gaan stoppen. Dat betekent dat het moeilijker wordt voor adverteerders om toegang te hebben tot de gegevens van gebruikers. Een alternatief is om **first party data** te gebruiken. Het voordeel van targeting door middel van first party data is dat het betere en nauwkeurigere targeting mogelijkheden biedt dan third-party data. First party data is informatie die al ruim 7 jaar rechtstreeks door FD is verzameld via interacties met lezers.

Hiermee kan FD Mediagroep targeten op basis van **gedrag, profiel en interesse**. Daarnaast kunnen wij via contextual advertising de juiste advertenties tonen bij het juiste Umfeld.

Deze methode verhoogt de effectiviteit en vergroot de kans dat lezers daadwerkelijk klikken of een actie ondernemen.



# Key take-outs.



FD zit midden  
in het zakelijk  
domein



Unieke  
mogelijkheid tot  
gesegmenteerde  
targeting



First Party  
Data strategie



23 miljoen  
pageviews per  
maand



134.000  
app gebruikers

# Briefing.

1

**ALVERO**  
**Adverteerder**  
Alvero

2

**Doelstelling**  
Awareness  
Overweging

3

**Doelgroep**  
Zakelijk segment  
C-level  
AB1

4

**KPI's**  
Websitebezoek  
  
Hoge  
betrokkenheid

1

  
**Adverteerder**  
Dormio Group B.V.

2

**Doelstelling**  
Merkvoorkeur

3

**Doelgroep**  
Investeerders  
Zakelijk segment

4

**KPI's**  
Websitebezoek  
CTR

ALVERO



FD MEDIAGROEP

# First Party Data resulteert in 17,7% hogere betrokkenheid

Case 1

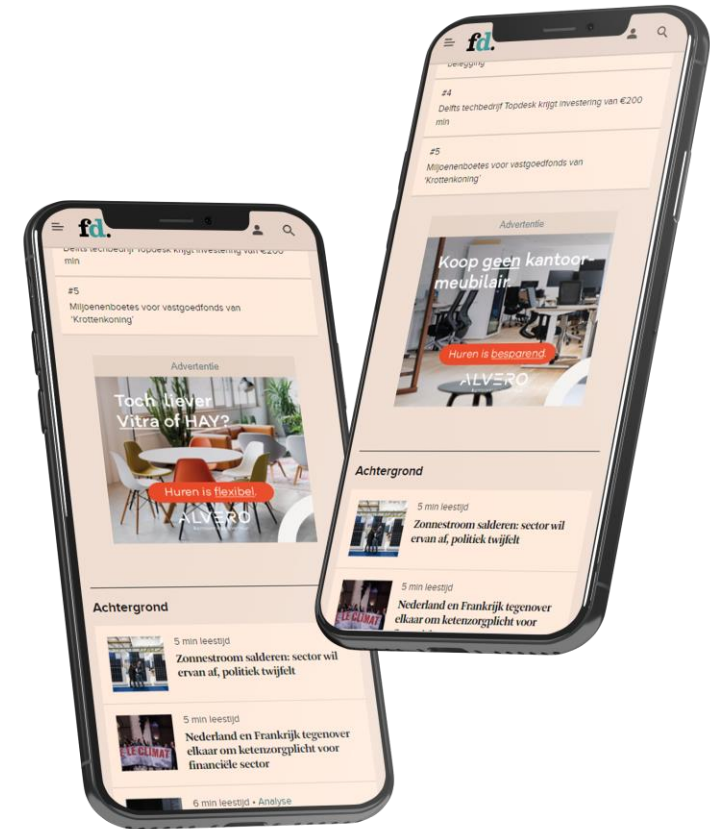


# Alvero x FD Mediagroep

Alvero is de grootste kantoormeubelverhuurder van Nederland en levert structureel flexibele oplossingen voor werkomgevingen aan bedrijven, overheden en high-end events. Omdat FD Mediagroep de doelgroep van Alvero bereikt, namelijk **Business & Entrepreneurs**, zijn we een samenwerking aangegaan rondom de kwaliteit van onze audience (**first party data**) propositie.

In een **display campagne** hebben we het bezoekersgedrag na de klik vergeleken tussen Run Of Network-impresies en gepersonaliseerde impresies. De kern van de zaak is dat het verkeer vanuit onze audiences aanzienlijk van **betere kwaliteit** is dan dat van RON campagnes. We hebben deze kwaliteit beoordeeld aan de hand van twee cruciale metrics: de 'Gemiddelde betrokkenheidsduur per sessie' en het 'Betrokkenheidspercentage,'\*.

De betrokkenheidsduur van de getargete impresies was **30,5% hoger** dan de RON-impresies, en het betrokkenheidspercentage was **17,7% beter**.



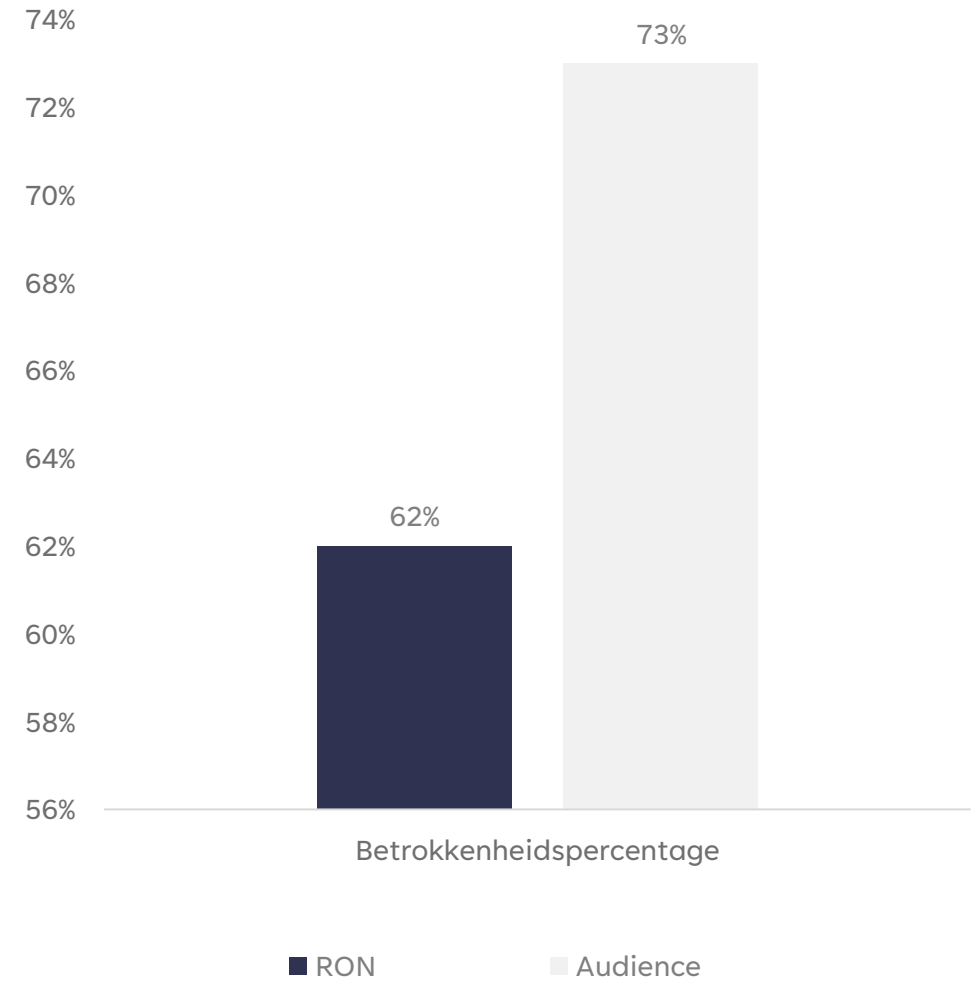
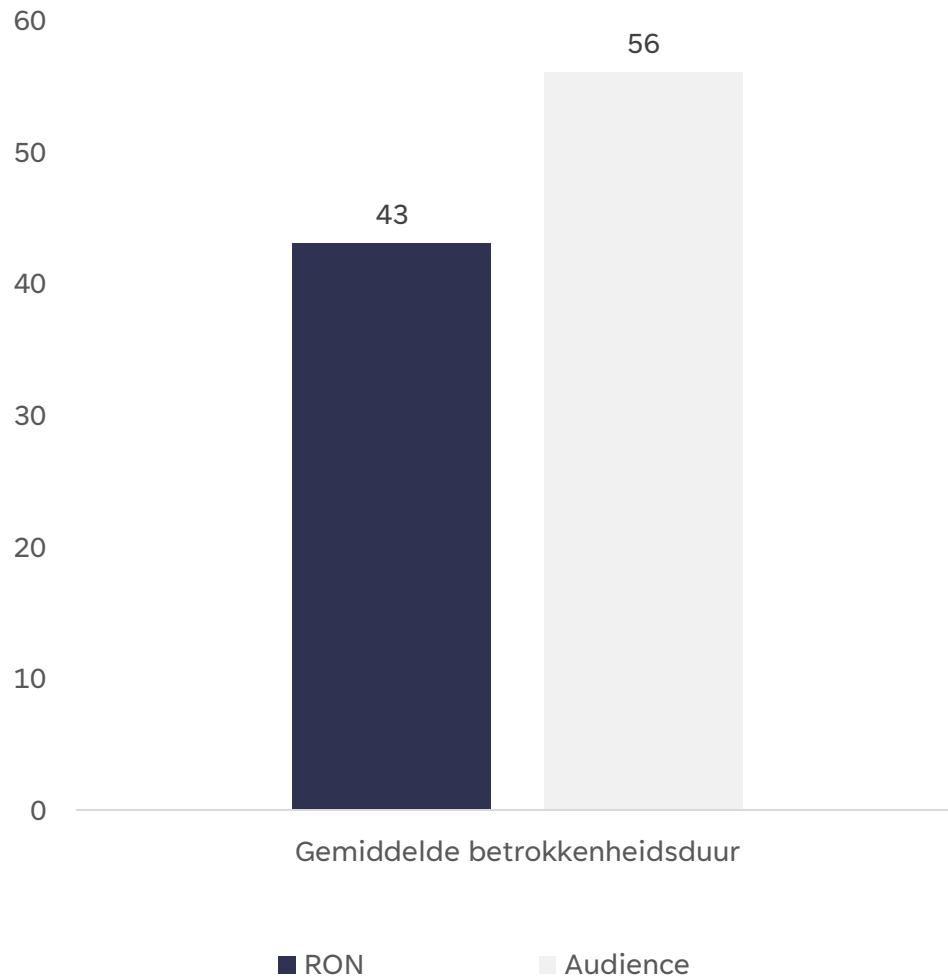
# Inzet.

Campagneperiode:  
30 oktober – 13 november (2023)

Display campagne  
Fd.nl



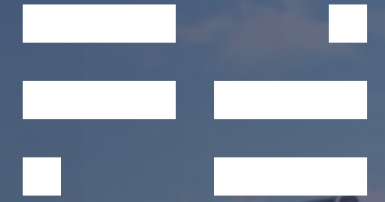
# Resultaten.





**“Doordat het binnen FD mogelijk is om bepaalde doelgroepen / interessevelden te targeten, konden wij goed de geïnteresseerde doelgroep bereiken.”**

- Ward Jacobs, Online Marketeer bij Alvero -



FD MEDIAGROEP

# First Party Data laat een uplift in CTR zien van 127%

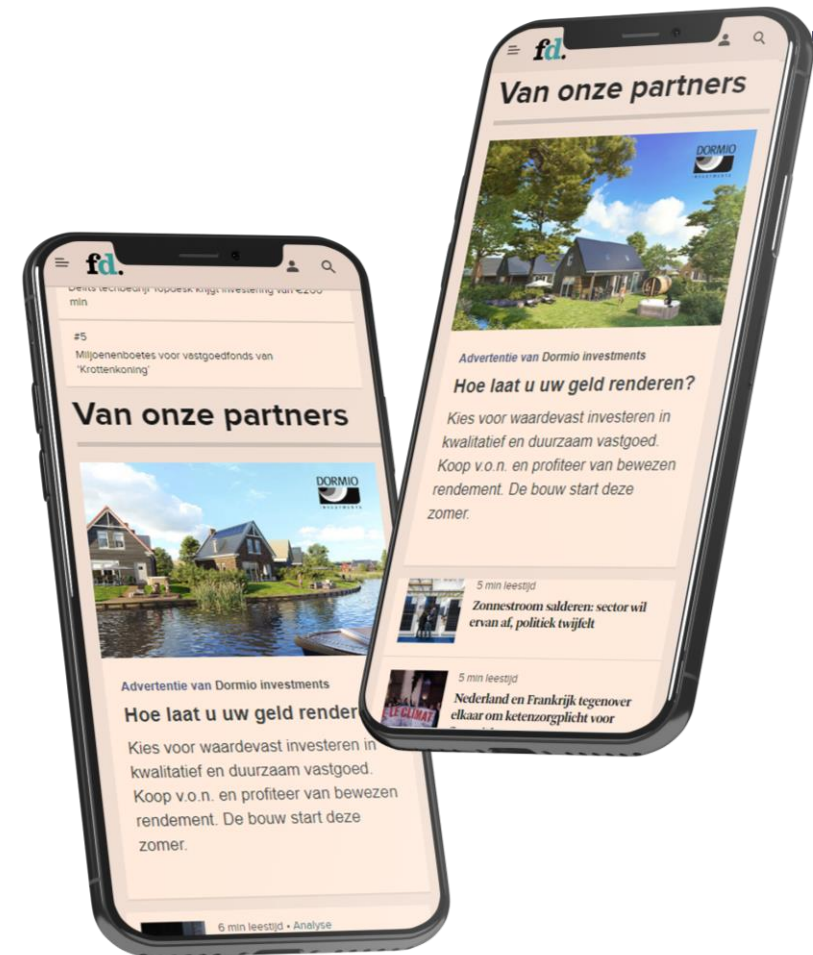
Case 2



# Dormio x FD Mediagroep

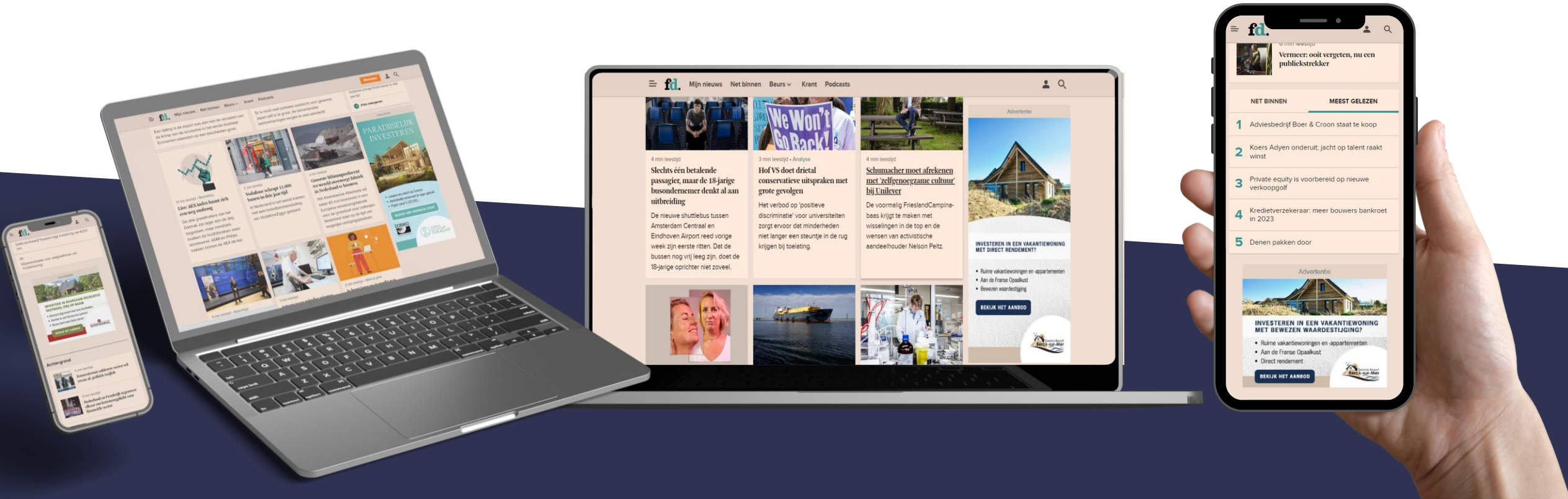
Dormio Investments is al meer dan 20 jaar gespecialiseerd in de verkoop van hoogwaardige vakantiewoningen in het luxe segment. Als full-service partner voor investeringen in recreatief vastgoed bieden ze resorts op populaire bestemmingen. FD Mediagroep bereikt precies de doelgroep van Dormio, namelijk het **zakelijke segment** met interesse in financiële onderwerpen.

Dankzij de verrijking van data op onze doelgroepen zien we een jaarlijkse stijging in CTR van 38% in onze audience pakketten. In de Dormio-displaycampagne, gericht op onze first party data audience bucket **Investors**, hebben we zelfs een **uplift van 127%** kunnen realiseren ten opzichte van de gemiddelde CTR in 2023.



**Campagneperiode:**  
3 april – 7 juli (2023)

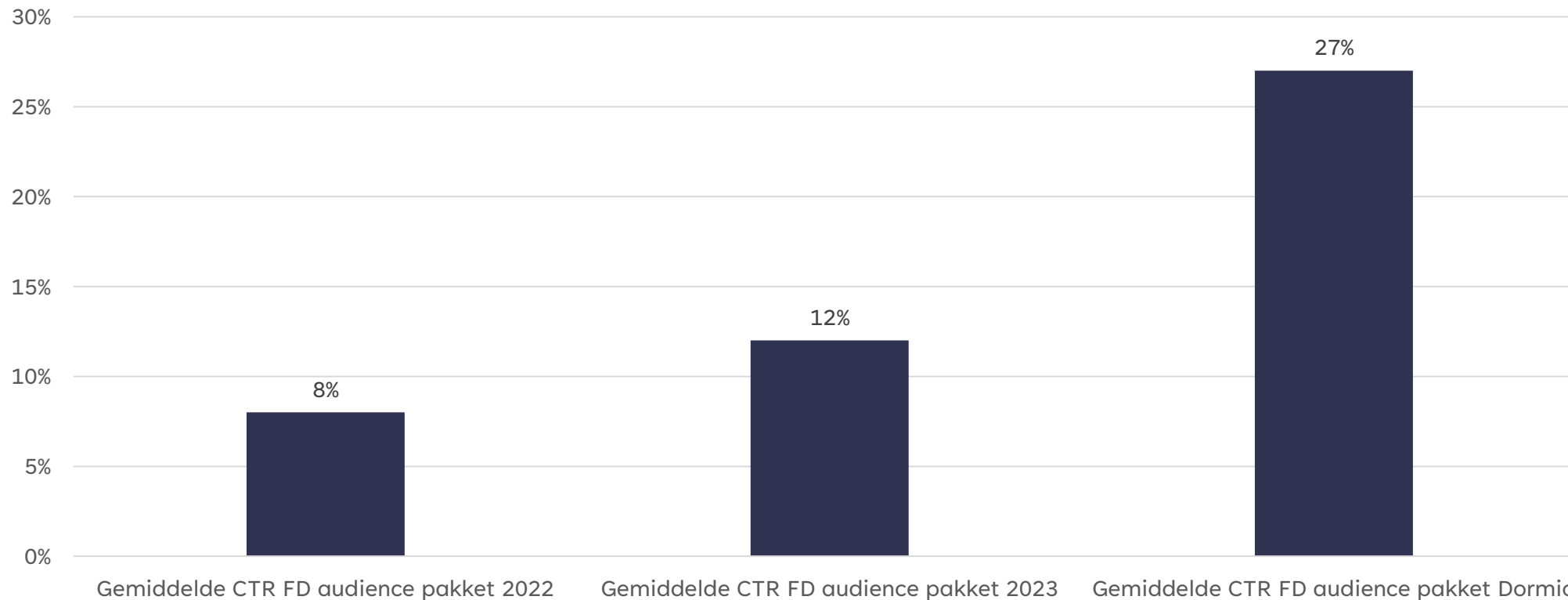
**Display campagne**  
Desktop (300x600, 300x250, 970x250)  
Mobile (320x240, 300x100)



# Resultaten.



FD MEDIAGROEP



# Conclusie

- Mede door de audience (first party data) propositie kunnen we aantonen dat de kwaliteit van het verkeer van onze audiences beter is dan bij RON campagnes.
- Door de lancering van de PPID als anonieme FM Mediagroep identifier, hebben wij een toekomstbestendige targeting oplossing voor onze adverteerders geïmplementeerd.
- Met data van Company.info, kunnen wij nu ook targeten op branche en bedrijfsgrootte. Deze segmentatie vergroot onze relevantie in het zakelijk domein



De betrokkenheidsduur van de getargete impressies was **30,5% hoger** dan de RON-impressies bij de Alvero campagne.



Het betrokkenheidspercentage was **17,7% beter**



Een gemiddelde Year on Year stijging van **38% CTR** in onze audience pakketten, en voor Dormio betekende dit zelfs een stijging van **127%**.



# FD First Party audiences.



**Core doelgroep**  
De vertoonde impressies sluiten nauw aan bij de interesses van de lezer.



**Efficiënt**  
Hogere engagement resulteert in een hogere effectiviteit waardoor de investering al snel wordt terugverdiend.



**Future proof**  
Klaar voor het cookie-loze tijdperk waar de premium doelgroep efficiënt wordt bereikt.



# Waarom targeting?



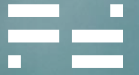
FD MEDIAGROEP

- Door te targeten in een impactvol domein met weinig advertenties en een hoge leestijd, bereiken we lezers zeer gericht.
- We vergroten onze Share of Voice binnen een specifieke doelgroep, wat leidt tot meer aandacht van het publiek.
- Als je een specifiek profiel wilt bereiken, sluit je waste uit van een RON-deal op Fd.nl en vergroot je de zichtbaarheid.
- Het stelt ons in staat om de boodschap aan te passen aan een specifieke doelgroep.



FD MEDIAGROEP

Wil jij je  
doelgroep ook  
gericht  
bereiken?  
Dat kan!



FD MEDIAGROEP



### Media Advisor

Weten wat FD  
Mediagroep voor  
jouw merk kan  
betekenen?

Vul 3 vragen in en  
krijg direct advies.



### Contact

salessupport@  
fdmediagroep.nl



### Nieuwsbrief



### Website



### LinkedIn

