

# NRC Premium Pagina's

## Adverteren met impact, exclusief in de digitale krant van NRC

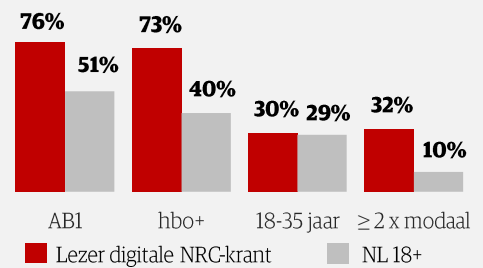
NRC introduceert Premium Pagina's, een nieuwe advertentievorm in de digitale krant. Met één klik komt de lezer via deze impactvolle advertentievorm op de landingspagina van het adverterende merk. Premium Pagina's combineren de kracht van het vertrouwen in het nieuwsmerk NRC met de interactie van digitale NRC-platform. Het resultaat is een hoge branding impact en waardevolle, kwalitatieve leads.

### Premium Pagina's

- ✓ Waardevolle, kwalitatieve leads vanuit de NRC-doelgroep met een zeer sterke vertegenwoordiging van de hoogste sociale- en welstandsklassen (ABI en W1)
- ✓ De kracht van het betrouwbare NRC-merk gecombineerd met de interactie van digitale NRC-platform
- ✓ Hoge reclameherkenning en branding impact
- ✓ Eén of meerdere pagina's: 4 x 1/1, 2 x 1/1 of 1 x 1/1 pagina

### Selectief bereik ► kwalitatieve leads

Profiel lezer digitale NRC-krant



## Meer websitebezoek, hogere conversie



### Uiting Silverjet vakanties in de digitale NRC-krant

4 x 1/1 pagina voor Silverjets exclusieve vakantie-aanbod met duidelijke call-to-action

### Silverjetwebsite: vakantieaanbod en leadgeneratie

Meer verkeer vanuit de NRC-doelgroep direct op de Silverjetwebsite met een hoge kans op conversie

## Hoge reclameherkenning & effecten op merk-kpi's



Uit onderzoek van GfK blijkt dat de inzet van Premium Pagina's leidt tot een hoge herkenning van advertenties en significant hogere bekendheid en interesse in het geadverteerde merk.

### Reclameherkenning

**65%**

### Toename merkbekendheid

**Index 126**

### Toename merkinteresse

**Index 170**

Index score = score exposed groep t.o.v. non-exposed groep

# Interactie en hoogwaardige leads

## Vergroot merkinteresse en -overweging

Naast een hoge reclameherkenning (65%) laat het GfK-effectonderzoek naar de Premium Pagina's ook een significante stijging zien van de merkoverweging en intentie voor websitebezoek. Deze effecten zijn gemeten bij een vijftal 'best practice' cases, uitingen voor: Peugeot, Silverjet, Nationale Opera & Ballet, Kunstmuseum Den Haag & Matt Sleeps.

Toename merkoverweging

**Index 172**

Toename websitebezoek

**Index 128**

Index score = score exposed groep t.o.v. non-exposed groep



## Optimale aandacht én conversie: direct tickets bestellen



**Uiting Kunstmuseum Den Haag in digitale NRC-krant**

4 x 1/1 pagina's voor de tentoonstelling over het werk van Anni & Josef Albers' in Kunstmuseum Den Haag met duidelijk call-to-action om direct ticketverkoop te realiseren



**Website Kunstmuseum Den Haag ticketverkoop**

De lezer komt via één klik direct op de pagina voor ticketverkoop van Kunstmuseum Den Haag

### Aanleverspecificaties

- ✓ Aanleveren: [traffic@nrc.nl](mailto:traffic@nrc.nl) / zonder paskruizen en snijtekens
- ✓ Formaat: PDF 260x390mm per pagina
- ✓ Kleurprofiel Photoshop voor omzetten naar CMYK: ISOnewspaper26v4
- ✓ Joboptions voor exporteren naar PDF in InDesign: GWG2015\_NewspaperAds\_CMYK of NewspaperAds\_1v4IND4 (verouderde versie)
- ✓ Full colour-advertenties aanleveren in CMYK, 200 dpi, géén RGB
- ✓ Zwart-wit-advertenties aanleveren in grijswaarden, niet als CMYK of RGB
- ✓ Eén url, niet opnemen in de PDF



### Impact en conversie

Hoge reclameherinnering en stijging van websitebezoek



### Bewezen effectief

Resultaten 'best practice' onderzoek onderbouwen de proportie