

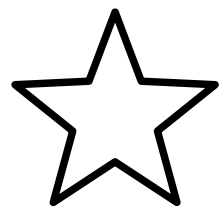
Digitale Impact Pagina's

Adverteren met impact, exclusief in de digitale krant van NRC

Vertel uw boodschap met de nieuwste advertentievorm in de digitale krant. Met één klik komt de lezer via deze impactvolle advertentievorm op de landingspagina van het adverterende merk. Digitale Impact 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.

Toename merkinteresse

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



Index 126

Toename
merkbekendheid



65%

Reclame-
herkenning



Index 170

Toename
merkinteresse



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

Digitale Impact Pagina's - Tarieven

Aanleveren

- Aanleveren: traffic@nrc.nl / zonder paskruizen en snijtekens
- Formaat: PDF 260x390mm per pagina
- 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

Neem voor informatie over aanleveren contact op met uw accountmanager of sales@nrc.nl

Advertentiemogelijkheden en tarieven

Formaat	NRC Weekend	NRC Doordeweeks
1/1 pagina	€ 8.500	€ 5.500
2/1 pagina	€ 11.250	€ 8.500
4/1 pagina	€ 15.000	€ 10.000

Ontdek de kracht van de digitale krant van NRC voor jouw merk

In de snel veranderende wereld van vandaag is betrouwbare journalistiek cruciaal. Dat merken we ook bij NRC. Onze journalistiek bereikt meer mensen dan ooit tevoren. Bij NRC gaan we mee met de tijd en digitaliseert onze krant samen met de maatschappij. Met onze unieke clickable advertenties in de digitale krant bereikt u de digitale lezer en wordt het steeds makkelijker om maximale impact te maken.

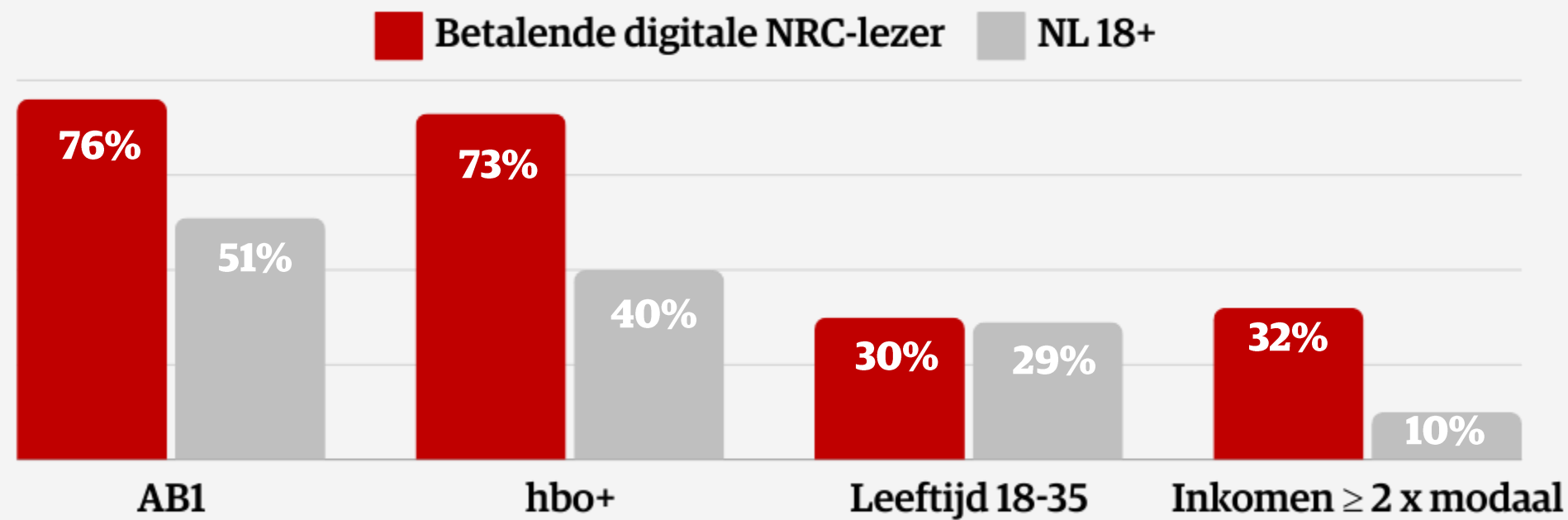


**Bekijk de animatie
voor meer informatie**

Best practices Digitale Impact Pagina's

Deze advertentievorm combineert de kracht van het vertrouwen in de krant met de interactie en conversie van het digitale NRC-platform. Het resultaat is onder andere een sterk positieve impact op de belangrijkste merk KPI's, koopintentie en uiteindelijke conversie, dit alles bij de zeer selectieve doelgroep van NRC.

Profiel



Onderzoek

De impact van de Digitale Impact Pagina's in de digitale editie van NRC Weekend is onderzocht door GfK Nederland. Alle cijfers in de volgende cases zijn afkomstig uit dit onderzoek.



NATIONALE

OPERA &
BALLET

KUNSTMUSEUM
DEN HAAG



SILVERJET

matt

Case: Peugeot 308

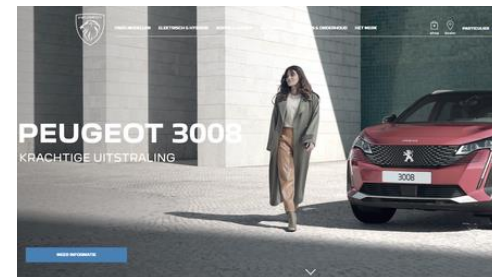
Reclameherkenning



60%

heeft de advertentie gezien

Websitebezoek



Index 120

Bij de exposed groep is de kans op websitebezoek toegenomen

Merkoverweging



Index 200

Meer potentiële autokopers overwegen Peugeot 308 na het zien van de uiting

Interesse



Index 260

De interesse bij de exposed-groep is gestegen

Na het zien van de uiting overwegen meer potentiële autokopers de Peugeot 308



[Bekijk hier de Digitale Impact Pagina's van Peugeot in de digitale editie van NRC Weekend](#)



Case: Nationale Opera & Ballet

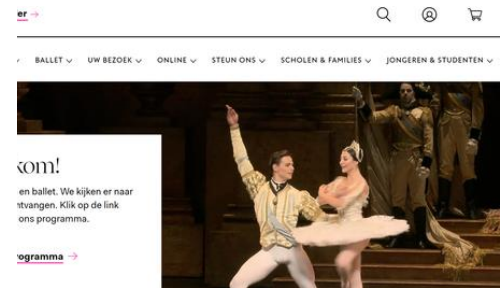
Reclameherkenning



72%

heeft de advertentie gezien

Websitebezoek



Index 163

Bij de exposed groep is de kans op websitebezoek toegenomen

Merkoverweging



68%

overweegt een bezoek aan Nationale Opera & Ballet

Ad impact



70%

"deze advertentie geeft mij een goed gevoel"

Brand knowledge



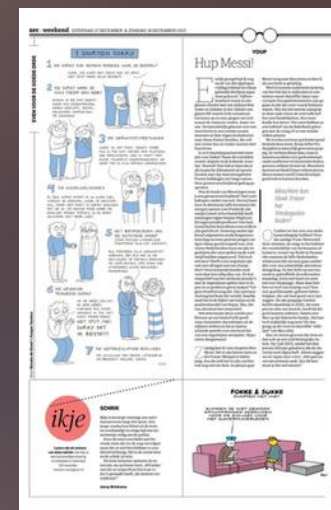
Index 228

De exposed groep weet beter waar de adverteerder voor staat

Ruim 70% van de lezers heeft de uiting gezien en 1 op de 3 weet hierdoor beter waar Nationale Opera & Ballet voor staat

NATIONALE
OPERA &
BALLET

[Bekijk hier de Digitale Impact Pagina's van Nat. Opera & Ballet in de digitale editie van NRC Weekend](#)



Case: Kunstmuseum Den Haag

Reclameherkenning



68%

heeft de advertentie gezien

Attentiewaarde



61%

vindt de uiting opvallend

Merkkennis



Index 206

Na het zien van de uiting is de kennis over het museum gestegen

Websitebezoek



Index 120

Bij de exposed groep is de kans op websitebezoek sterk toegenomen

Merkoverweging



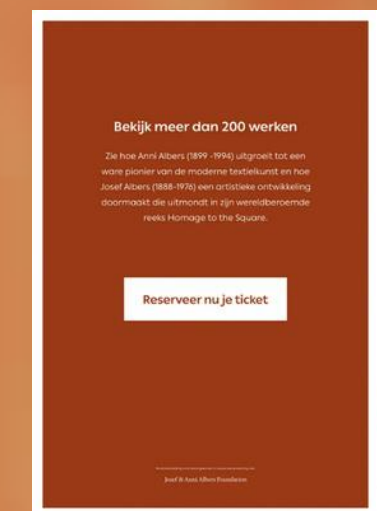
77%

overweegt een bezoek aan Kunstmuseum Den Haag na het zien van de advertentie

De hoge attentiewaarde van de uiting zorgt voor een sterke toename van het aantal potentiële museumbezoekers

KUNSTMUSEUM
DEN HAAG

[Bekijk hier de Digitale Impact Pagina's van Kunstmuseum Den Haag in de digitale editie van NRC Weekend](#)



Case: Silverjet

Reclameherkenning



62%

heeft de advertentie gezien

Websitebezoek



Index 120

Bij de exposed groep is de kans op websitebezoek toegenomen

Merkoverweging



Index 153

Meer potentiële reizigers in de exposed groep overwegen Silverjet

Merkbekendheid



Index 130

Na het zien van de uiting is de merkbekendheid gestegen

Interesse



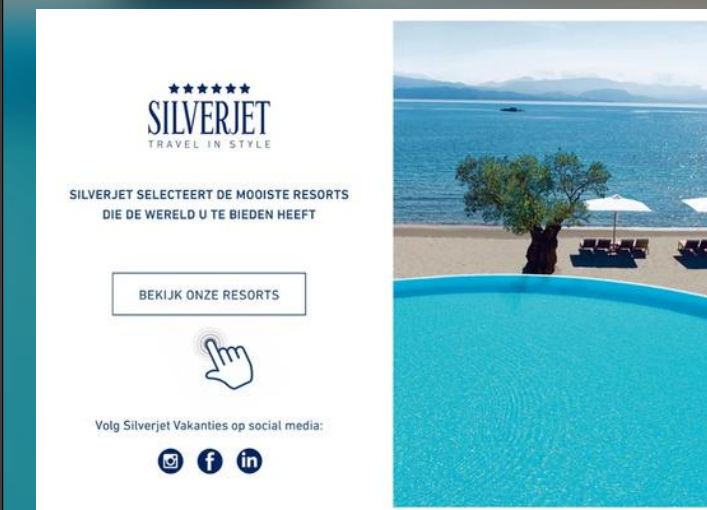
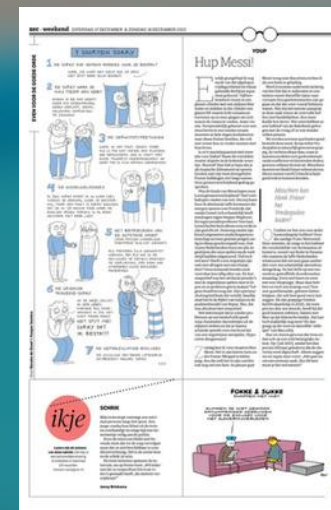
Index 293

Bij de exposed groep is de interesse in Silverjet toegenomen

Met inspirerende vakantiebeelden en een duidelijke call-to-action verhoogt Silverjet websitebezoek en conversie

★★★★★
SILVERJET

[Bekijk hier de Digitale Impact Pagina's van Silverjet in de digitale editie van NRC Weekend](#)



Case: Matt Sleeps

Reclameherkenning



65%

heeft de advertentie gezien

Merkbekendheid



Index 212

Na het zien van de uiting is de naamsbekendheid gestegen

Merkkennis



Index 314

Bij de exposed groep is de merkkennis sterk toegenomen

Websitebezoek



Index 176

Bij de exposed groep is de kans op websitebezoek sterk toegenomen

Merkoverweging



61%

overweegt Matt Sleeps bij aankoop na het zien van de advertentie

De uiting van Matt Sleeps zorgt voor een verhoogde merkbekendheid en een significante toename van de koopintentie

matt

[Bekijk hier de Digitale Impact Pagina's van Matt Sleeps in de digitale editie van NRC Weekend](#)

