

Nieuwe digitale uitbreiding bij RMB met de integratie van display

RMB zet een volgende stap in zijn digitale ontwikkeling. De regie die al een aantal jaren online video- en audio-inventarissen commercialiseert, neemt nu ook de verkoop van 'display advertising' op de websites van zijn audiovisuele partners in handen.



Vanaf 1 januari 2021 staat alleen RMB in voor de commercialisering van alle display-formats op **alle websites van de audiovisual partners in regie**: de RTBF, NRJ, MediaWan (AB3 en ABXPLORE) en LN24.

Tot nu toe beheerde Pebble Media de verkoop van 'display advertising' op de websites van de audiovisuele zenders in regie bij RMB. Deze samenwerking tussen RMB en Pebble Media was jarenlang een succes. In het kader van RMB's digitale evolutie is het echter logisch dat de regie alle online oplossingen voor adverteerders in haar aanbod bundelt.

Maximale inkomsten en dataverzameling

Met een online video- en audio-inventaris die dankzij het dynamisme en de initiatieven van de mediapartners alsmat toeneemt, en met de opname van display advertising in zijn regie-activiteiten, versterkt RMB zijn rol van **grootste aanbieder van digitale reclame in een premium context**.

De verdere uitbouw van het luik 'display advertising' houdt in dat RMB ook **meer digitale samenhang** moet creëren, zowel in het beheer van de inventarissen, als in de uitwerking van de aanbiedingen en de prijscontrole. Met deze drievoudige aanpak kan RMB **de inkomsten van de mediapartners in regie maximaliseren**.

Ook **dataverzameling en -exploitatie** maken deel uit van de huidige en toekomstige ontwikkeling van RMB. Display is ontegensprekelijk een hefboom die in deze datagerichte strategie moet worden ingezet. Met de integratie ervan in eigen regie neemt RMB de **implementatie van nieuwe digitale modellen** volledig zelf in handen, ongeacht via welk kanaal de adverteerder aankoopt.

Yves Gérard, CEO van RMB licht toe: *"Aangezien ons vak alsmaar meer naar een 'digital first' mediawereld evolueert, is het logisch dat onze regie display in zijn aanbod opneemt. De digitale identiteit van RMB moet noodzakelijkerwijs meegaan in deze ontwikkeling. De markt, die er niet altijd wijs uit raakte, beschikt nu over één toegangspunt voor al onze inventarissen. We zijn Pebble Media dankbaar voor de lange en vruchtbare samenwerking. En we feliciteren hen voor de vakkundigheid waarmee ze de websites van onze zenders beheerd en verdedigd hebben".*

Display op de websites van de RTBF, NRJ, de AB-zenders en LN24 vertegenwoordigt een immense inventaris van **ruim een miljard impressies per jaar**. Deze ruimte wordt aangeboden in **classic en programmatic bying**.

RMB is er nu al helemaal klaar voor om **de briefings voor 2021** van de adverteerders te ontvangen. De display formats die beschikbaar zijn op de websites van onze verschillende partners, de ratecard en het commercieel beleid 2021 worden binnenkort meegedeeld.

Nog vragen? Neem contact op met Yves Gérard, CEO van RMB
(y.gerard@rmb.be), Grégory Vandenschrick (g.vandenschrick@rmb.be), Sales
Director of Aurélie Clément, Trading & Revenue Director (a.clement@rmb.be).