

Gebruikersbijeenkomst NOM

8 december 2016

Van printbereik en digitaal bereik naar bereik van mediamerken

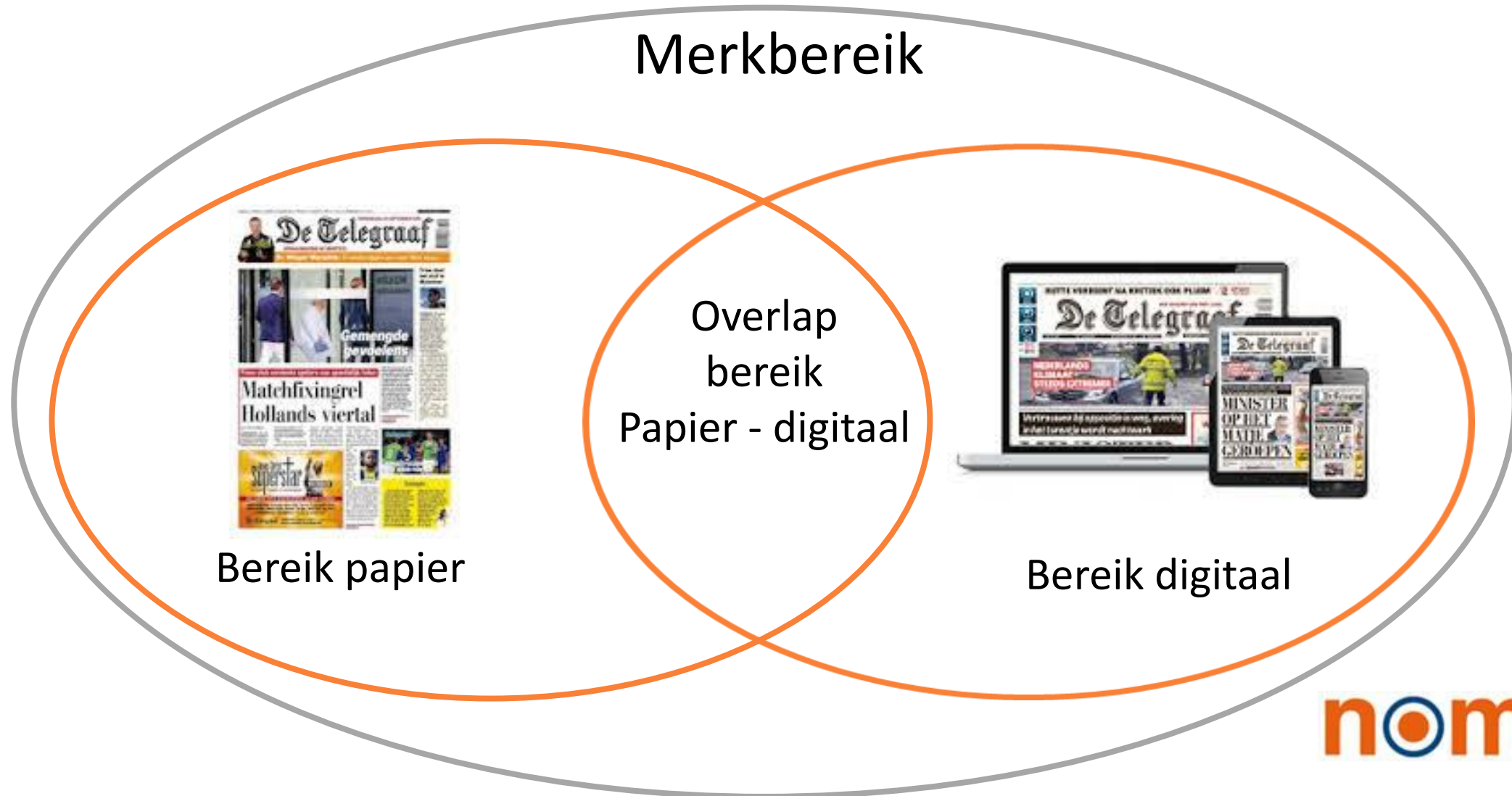


Op zoek naar bereik van mediamerken

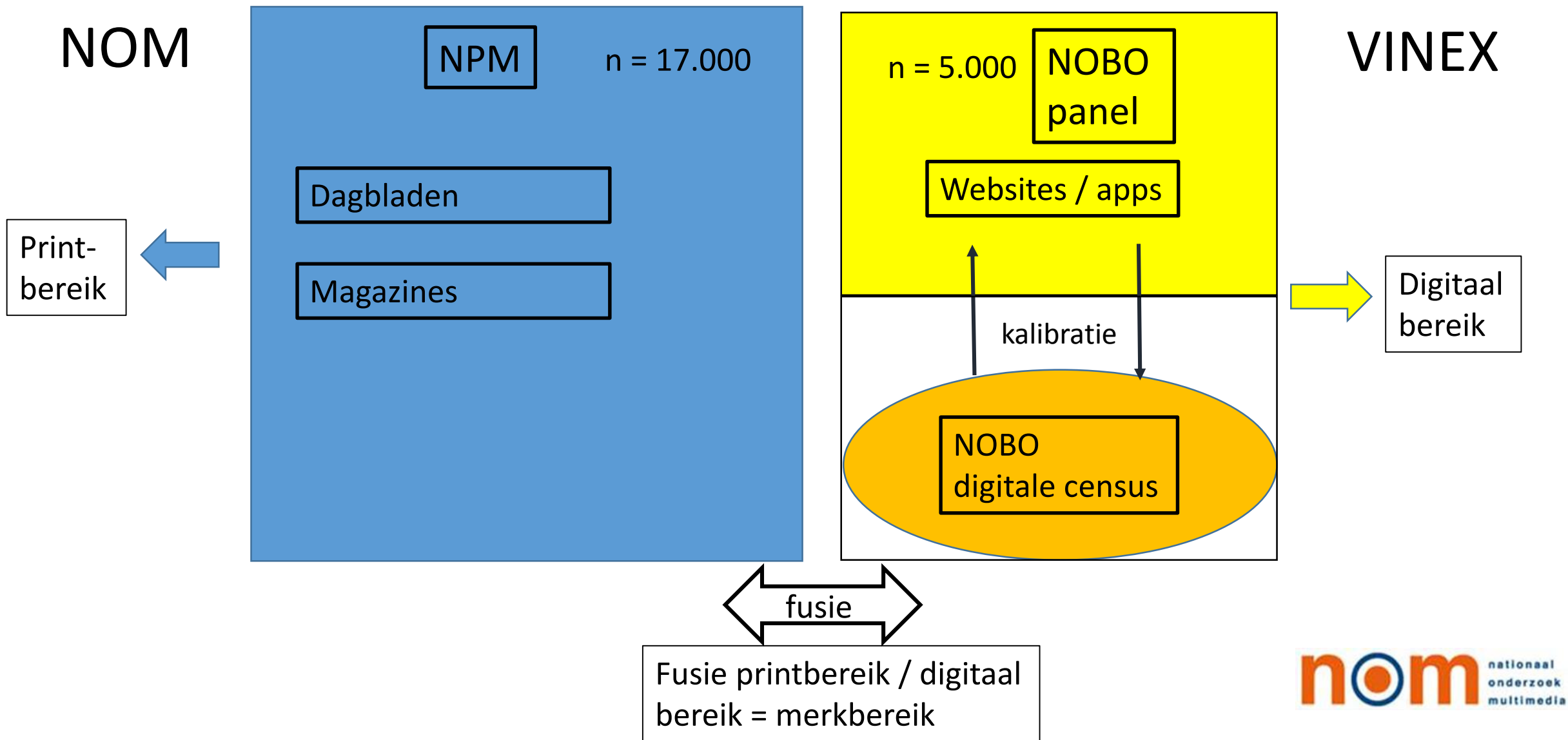
- NOM lange tijd alleen verantwoordelijk voor bereik van dagbladen en magazines op papier
- Sinds een aantal jaren doel van NOM verbreed: bereik van mediamerken, ongeacht het platform waarop content is verspreid
 - Bruto bereik
 - Netto bereik
 - Exclusief bereik papier/digitaal
 - Overlap papier/digitaal



Voorbeeld bereik van het mediamerk

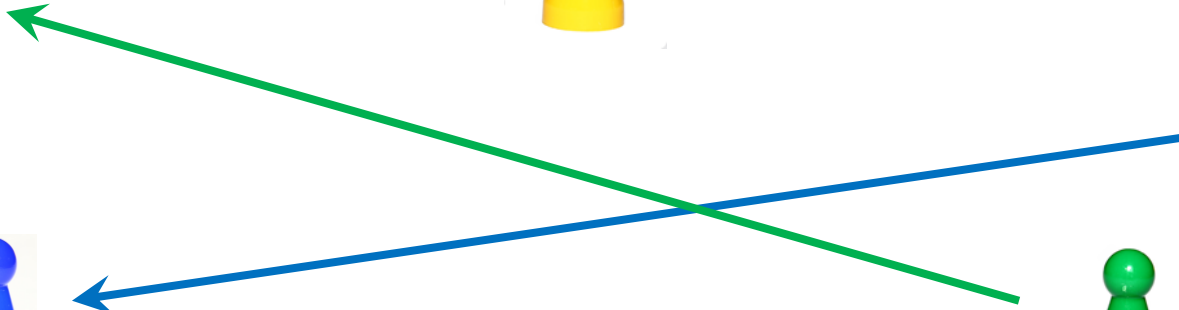
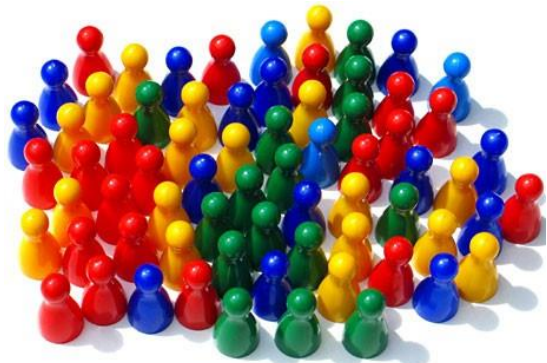


Printbereik + digitaal bereik = bereik mediamerken

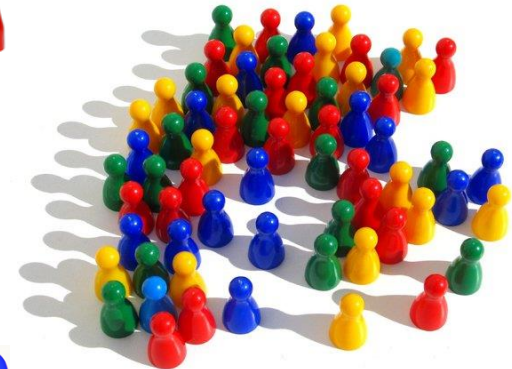


NPM – NOBO fusie I

NPM



NOBO



NPM – NOBO fusie II: koppelvariabelen

NPM

- Vrouw
- 20-29 jaar
- HAVO
- Woont in Leeuwarden
- ...

- LEESGEDRAG OP PAPIER:
- Regelmatig LINDA.
 - Af en toe Leeuwarder Courant

DIGITAAL LEESGEDRAG



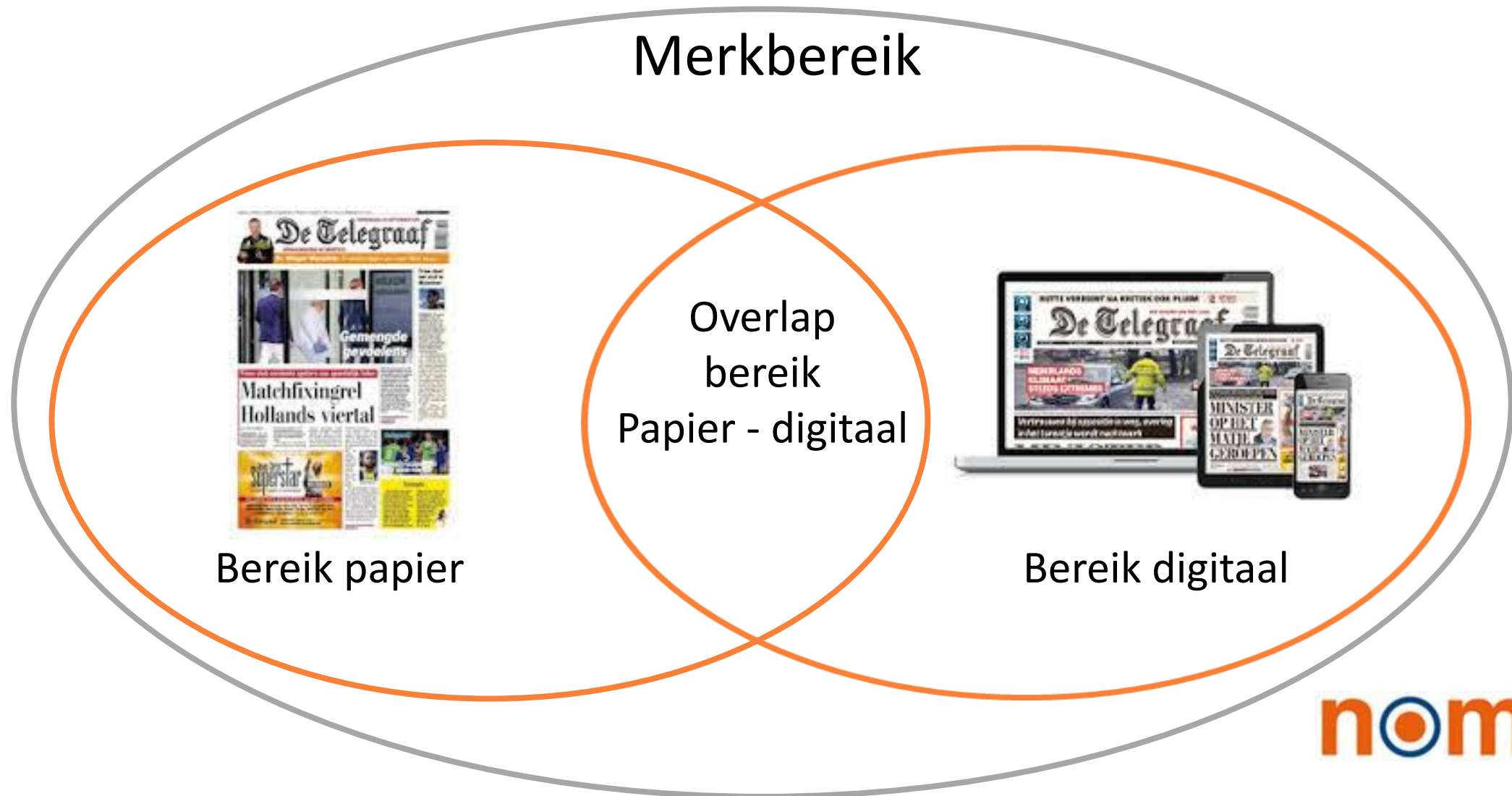
- Vrouw
- 20-29 jaar
- HAVO
- Woont in Leeuwarden
- ...
- Leest LINDA. op papier

NOBO

DIGITAAL LEESGEDRAG



Resultaat fusiebestand NPM - NOBO



Merkbereik



Bereik papier



Bereik digitaal

Overlap
bereik
Papier - digitaal

Voorlopige planning NPM – NOBO fusie

1 november 2016	Eerste publicatie NOBO data digitaal bereik van websites en apps (oktober 2016)
3 maanden stabiele NOBO data voor fusie nodig	
Voorjaar 2017	Uitvoering fusie NPM-NOBO
Q3 2017	Eerste gefuseerde data beschikbaar

Uiteindelijk:

4 keer per jaar publicatie gefuseerd databestand NPM - NOBO

In de tussentijd:

NOM Mediamerken: vragenlijst-informatie uit NPM over lezen van merken in de afgelopen 12 maanden, op papier en / of digitaal

Vragen?

Meer informatie of vragen:

NOM

020-8204424

nom@nommedia.nl

