



Betreft: Inschrijving BVA/IDBC pilotfase II geopend

BVA/IDBC Pilotfase II: hét platform waarin adverteerders de nieuwe mogelijkheden van interactiviteit, content en TV beleving kunnen verkennen.

Een van de snelste en goedkoopste manieren om nieuwe technieken te onderzoeken is door met een pool van adverteerders samen onderzoek te doen en te experimenteren.

Op deze wijze zijn het baanbrekende onderzoek “Kwaliteit van kijken” en de proeven met interactieve TV in het BVA/IDBC platform gedaan (de “red button” voor interactiviteit tijdens reclames). Resultaat is dat de deelnemers, in beide gevallen twaalf adverteerders, gedetailleerde kennis hebben verkregen over die onderwerpen. De kosten bleven daarbij beperkt. Vaak kost één deeladvies van een consultant of reclamebureau al meer! En dan is de kennis die u koopt meestal niet gestoeld op eigen praktijkervaring.

Het is nu belangrijker dan ooit om alle (nieuwe) mogelijkheden te benutten om een voorsprong te krijgen te midden van alle zorgen in de markt. Tegelijkertijd is dit niet de tijd waar veel geld beschikbaar is voor innovatie. Juist daarom raad ik u van harte aan om met de tweede pilotfase van BVA/IDBC mee te doen. Uw organisatie leert veel, voor minder dan een tiende van de kosten, door de onderzoekskosten te delen.

BVA bond van adverteerders biedt u de gelegenheid snel, kostenefficiënt en in een veilige omgeving te testen. Dit gebeurt geheel transparant, via de gezamenlijke stichting IDBC (Interactieve Digitale Beeldscherm Communicatie).

In de bijlage treft u meer achtergrondinformatie. Voor vragen en inschrijving kunt u contact opnemen met Helen Faasse 020-7988850.

Met vriendelijke groet,

Frans Cornelis
Voorzitter Stichting IDBC

-BIJLAGE-

Achtergrond BVA/IDBC

Stichting IDBC (Interactieve Digitale Beeldscherm Communicatie) is speciaal door BVA voor BVA leden opgericht in 2006. Een leer- en experimenteeromgeving waarin leden effectief en innovatief kunnen experimenteren met innovatieve communicatie en technieken.

IDBC – Masterclass, de resultaten tot nu toe

In 2005 en 2008 zijn in totaal zes Masterclasses verzorgd, waaraan een kleine 150 adverteerders deelgenomen hebben. BVA heeft bijna 50 aanbieders bijeengebracht en de verzamelde kennis toegankelijk gemaakt voor de deelnemende leden. De diverse mogelijkheden, rollen en technieken op het gebied van interactie op TV, Mobile en Online Video zijn hierin uitgediept, met groot succes.

Pilotfase I

In 2007/2008 zijn in totaal 8 interactieve TV commercials (i-Ads) op het digitale UPC netwerk getest. De i-Ads zijn getest tijdens reguliere TV campagnes, waaraan alle TV exploitanten hebben meegewerkt. De i-Ads werden kwalitatief onderzocht via een digitaal TV panel van Synovate. Tevens zijn uitgebreide click-through en conversie analyses gemaakt met de data die vrij kwam uit deze campagnes. De gepresenteerde conclusies kunnen als volgt worden samengevat:

1. *Interactieve TV maakt het effect van TV campagnes volledig meetbaar en inzichtelijk.*
2. *Naast respons bieden i-Ads een duidelijke toegevoegde waarde met betrekking tot awareness, merkvoorkeur en sympathie.*
3. *De (digitale) TV kijker geeft een hoge waardering aan de 'rode knop' functionaliteit en interactie via TV.*
4. *Respons en kijkdichtheid van i-Ads kan sterk worden beïnvloed door inkoop targeting en TV-commercial en i-Ad content afstemming.*
5. *Meer dan 20% van alle respondenten en bezoekers van de geteste i-Ad applicaties, werden daar direct 'afgeleverd' via interactieve diensten op de set-topbox, i.p.v. via de TV-commercial met 'red button' uiting.*

Pilotfase II

Het succes van Pilotfase I heeft het nut van participatie bewezen. Nu is het tijd voor de volgende stap. De cijfers liegen er niet om.

US Online Video Advertising Spending Growth, 2008-2013 (% change)

2008	55.9%
2009	48.5%
2010	53.3%
2011	65.2%
2012	78.9%
2013	70.6%

Note: online video advertising includes in-stream (such as preroll and overlays), in-banner and in-text (ads delivered when users mouse over relevant words)

Source: eMarketer, August 2008

097116

www.eMarketer.com

Monthly Consumer Internet Traffic Worldwide, by Segment, 2006-2012 (petabytes)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
P2P	1,358	1,747	2,361	3,075	3,981	5,161	6,740
Online video via PC	269	647	1,346	2,196	3,215	4,501	6,216
Online video via TV*	14	99	330	756	1,422	2,348	3,529
Web, e-mail and data	509	710	999	1,336	1,785	2,337	3,087
Gaming	91	131	187	252	324	399	490
Video communications	16	25	37	49	70	103	154
VoIP	23	39	56	72	87	101	114
Total	2,280	3,397	5,315	7,735	10,884	14,950	20,331

Note: *includes video delivered via Internet to a TV screen, by way of an Internet-enabled set-top box or equivalent device

Source: Cisco Systems, "Cisco Visual Networking Index - Forecast and Methodology, 2007-2012," June 16, 2008

095938

www.eMarketer.com

Inschrijven voor deelname aan Pilotfase II

In de eerste pilotfase hebben wij geleerd dat interactieve commercials veel traffic, een hoge respons en conversie opleveren. Reden te meer om deze interactieve mogelijkheden ook buiten de reclameblokken om te testen. In Pilotfase II gaat BVA/IDBC samen met adverteerders de mogelijkheden en praktijk van een Shared On Demand Channel testen.

Een Shared On Demand Channel van verschillende adverteerders gezamenlijk maakt nieuwe en langere interactie met TV kijkers mogelijk. Dit onontgonnen terrein voor adverteerders biedt een mix van advertising en content mogelijkheden: het creëren van een on demand portal met feedbackmogelijkheid van de kijker (voting, VOD, contest, bestelopties). Hiervoor zijn geen commercials of TV broadcast nodig, om toch op grote schaal; interactie met de (interactieve) TV-kijker te bewerkstelligen. Bovendien is uw applicatie dan 24 uur per dag bereikbaar i.p.v. alleen wanneer uw TV-commercial met red button uiting wordt uitgezonden. Deze laatste mogelijkheid kan dan nog wel worden geactiveerd, indien gewenst.

Wilt u snel en kostenefficiënt innovatieve communicatie technieken binnen het IDBC platform testen? Schrijf u dan nu in via bijgaande antwoordfax voor Pilotfase II en blijf de concurrentie voor! De kosten voor deelname bedragen 15.000 €. De pilotfase gaat door bij een deelname van minimaal 10 deelnemers. Inmiddels hebben Friesland Foods, Randstad en ABN Amro al toegezegd om te participeren.



=====

Deelnamefax BVA/IDBC "Pilotfase II"
fax BVA 020 – 79 888 59
Aanmelden vóór 1 juli 2009 a.s.

=====

Project IDBC: inschrijving "Pilot fase 2"

- Dit project is exclusief toegankelijk voor deelnemende BVA leden
- Kosten: € 15.000 per organisatie (exclusief BTW)

Ja, ik neem deel aan "Pilotfase II" van BVA/IDBC

Nee, ik neem geen deel aan de pilotfase. Reden:

.....

.....

.....

Vul uw gegevens in op onderstaand formulier en fax dit ondertekend vóór 1 juli a.s. naar BVA. U krijgt dan een bevestiging en een factuur toegestuurd.

Naam

dhr

mevr

Naam bedrijf.....

Postadres.....

Postcode/Plaats.....

Telefoon.....

e-mail.....

Handtekening.....