

# ONLINE ADVERTEREN

## Nieuwssites HDC Media

### Waarom online adverteren

Alle titels van HDC Media hebben een digitale nieuwssite met 24 uur per dag/7 dagen per week actueel nieuws vooral uit de regio. Onderweg kan men op de hoogte blijven van het laatste nieuws door middel van de mobiele producten.

Wat uw communicatiedoelstellingen ook zijn, de nieuwssites van HDC Media zijn hierin een effectief en efficiënt communicatie-instrument. Of het nu gaat om het vergroten van uw naamsbekendheid of het genereren van traffic naar uw website om bijvoorbeeld een transactie te sluiten: via de nieuwssites van HDC Media bereikt u uw doelgroep en uw doel. Zeker als u gebruik maakt van de interactieve en multimediale mogelijkheden die de sites bieden. Er zijn veel standaardmogelijkheden, bovendien is er ook ruimte voor maatwerkoplossingen speciaal toegespitst op uw wensen.

### Bereik van meer dan 1,3 miljoen consumenten

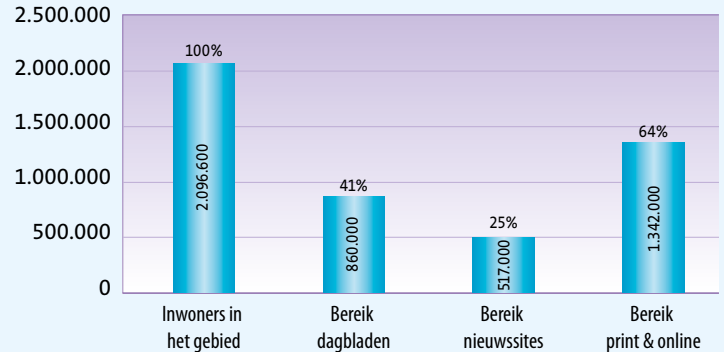
Door naast de regionale dagbladen ook onze nieuwssites in te schakelen, verhoogt u uw bereik aanzienlijk. U realiseert hiermee een gecombineerd bereik van ruim 1,3 miljoen consumenten. Dit komt neer op maar liefst 64% van het totaal aantal inwoners in het verspreidingsgebied.

De overlap tussen de lezers van de HDC Media-dagbladen en bezoekers van de nieuwssites is zeer gering, gemiddeld 7%\*. Het aanvullend bereik van de nieuwssites op de regionale dagbladen is dus maar liefst 93%. U verhoogt niet alleen uw bereik, maar komt via onze sites ook in contact met complementaire doelgroepen. De leeftijdsgroep 20 tot en met 49 jaar is sterk vertegenwoordigd onder de bezoekers. Dit geldt eveneens voor hoger opgeleiden.

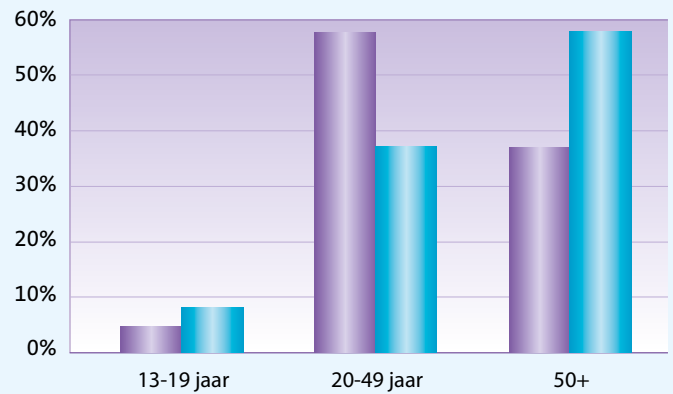
**Kortom, door de gecombineerde inzet van onze print- en online producten realiseert u een optimaal bereik in uw regio.**

\* Bron: Overlap regionale dagbladen fusiebestand NOM-STIR maart 2011

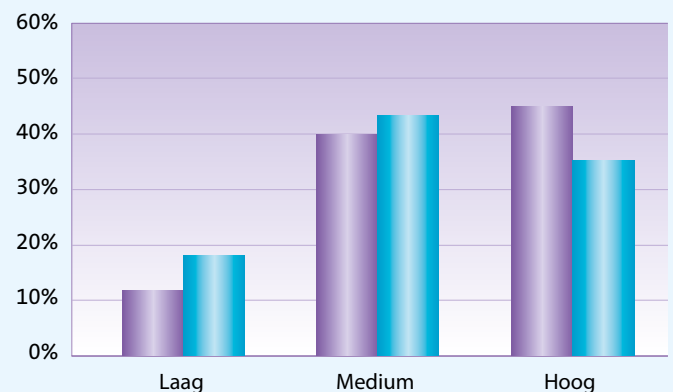
Bereik dagbladen en nieuwssites HDC Media



Leeftijdsoopbouw



Opleidingsniveau



■ Nieuwssites ■ Dagbladen

Bron: STIR Webmeter gemiddelde per maand (april - september 2011), Intomart GfK