



GUIDELINES
BRANDED CONTENT

Ads & Data

BRANDED CONTENT | GUIDELINES

We engageren ons vanuit Ads & Data om van jullie campagne een succesverhaal te maken. Een goede en vlotte samenwerking vraagt duidelijke afspraken om tot een optimaal resultaat te leiden. We hebben ze opgelijst, per fase van het productieproces.

OPSTARTFASE

Om de startdatum te halen, is het belangrijk dat de backplanning stipt gevolgd wordt. Bij te late briefings of uitblijven van feedback, kan de timing vertraging oplopen. Dat kan ook tot gevolg hebben dat de uitlevering niet meer kan gegarandeerd worden in het voorziene tijdsbestek waarvoor de inventory was gereserveerd. Indien de beschikbare inventory het toelaat, kan de campagne worden verlengd.

CONTENTCREATIE

- De minimale **productietijd** bedraagt 15 werkdagen na ontvangst van de briefing. Als een opdracht binnen minder dan 10 werkdagen afgerond moet worden, wordt een spoedtarief aangerekend van 25% van de productiekost.
- De minimale **productietijd** voor een **Visual Story** bedraagt 6 weken na ontvangst van de briefing.
- We vragen om **één spoc/contactpersoon** aan te duiden, die alle interne feedback (én indien van toepassing ook de feedback van het agency) verzamelt en gebundeld doorgeeft.
- We voorzien maximum **2 reworkrondes** voor de tekstcreatie en de designfase. Vanaf dan geldt een uurtarief van 75 euro (excl. btw).

TEKSTEN

- De **teksten** worden altijd geschreven door de redacteurs van het **contentteam van Ads & Data**. Er kan gewerkt worden met aangeleverde teksten, maar in dat geval zal een redacteur nog eindredactie doen en eventueel (kleine) wijzigingen voorstellen/uitvoeren.
- Voor optimale leesbaarheid op alle devices mogen **Engaged Read**-artikelen maximum **3.000 tekens** bevatten (inclusief spaties). Indien jouw verhaal meer tekens bevat, zullen we rond 3.000 tekens een 'lees meer' -knop toevoegen, die geldt als 100% gescrold.
- In elke tekst moeten **minstens 3 tot maximum 5 hyperlinks** naar jouw website voorzien worden.
- Elk artikel heeft een **hoofdtitel** van maximum 80 tekens.
- Alle teksten moeten een **expliciete en herkenbare Call To Action** bevatten. De aanbevolen lengte is 40 tekens of minder (3 tot 5 woorden). We stellen altijd 3 CTA's voor, waarbij je jouw voorkeur kan aanduiden. De overige CTA's kunnen ingezet worden voor een verdere optimalisatie van de campagne.
- Elk artikel heeft een disclaimer bovenaan de pagina. Dat gebeurt altijd via de vermelding **'Aangeboden door ...'** en kan maximum 17 tekens bevatten. De concrete vermelding wordt bij de opstartmeeting of tijdens het eerste contact met het contentteam besproken met de klant. Per campagne is er maximum 1 disclaimer mogelijk.
- In elk artikel kan maximum **1 UTM-tag** worden voorzien.

BEELDEN / FOTO'S

- Bij elk Engaged Read-artikel kunnen **maximaal 3 beelden** worden geplaatst. Een ondertekening bij de beelden is mogelijk.
- Beelden moeten **door jou aangeleverd** worden in de juiste formaten en resoluties. Belangrijk is een voldoende hoge resolutie en variatie in de inhoud van de beelden. Daarnaast dienen de beelden relevant te zijn, zodat zij een meerwaarde zijn voor de lezer en de leeservaring versterken. Als je geen beelden ter beschikking hebt, kan het contentteam suggesties doen van beeldmateriaal uit beeldbanken. Tegen een meerprijs kan een beroepsfotograaf voorzien worden.
- In het artikel kan indien gewenst ook een **video** worden geplaatst.

BRANDED CONTENT | GUIDELINES

AANJAGERS

- Na de finale goedkeuring van het artikel wordt gestart met het **opmaken van de aanjagers**. Dat zijn blokjes (titel en foto) die worden geplaatst op de homepages van de krantentitels. Het zijn deze blokjes die traffic genereren naar de concrete branded content artikels.
- De aanjaagtittels worden opgemaakt door ons contentteam, en aan jou voorgelegd ter goedkeuring. Wij werken met **5 verschillende titels** en **minimum 3 verschillende beelden** die in een rotatie worden geplaatst om de prestaties van jouw campagne te optimaliseren.
- Geen logo's of promo's**
Noch op de beelden bij het artikel, noch op de beelden van de aanjagers kunnen logo's of promo's worden opgenomen. (Dat geldt niet voor de commerciële banners rond de artikels).

CAMPAGNE LIVE

- De online campagnes kunnen lopen op de **4 Mediahuis nieuwstitels**, op de populaire titels of site-specifiek op één van de titels, mits toeslag van €1.
- Bij branded content gaan we standaard uit van een **natuurlijke targeting**: met een goede, duidelijke titel zal de aanjager enkel mensen met interesse in het onderwerp van jouw artikel aanspreken. Indien gewenst, kan **maximum 1 targeting** gekozen worden: site specifiek, geotargeting (provincie), gender of keuze uit een beperkte selectie interest segmenten (zie digitale ratecard voor eventuele toeslagen).
- Bij grotere campagnes bestaande uit verschillende artikels, is het voor het bereik beter dat **per wave meerdere artikels** worden gelanceerd, in plaats van artikel per artikel. We behouden het recht om de Engaged Reads per artikel te herverdelen / verschuiven in functie van een optimale uitlevering.
- Als een campagne live staat, verloopt dat in een **roulatie** met alle andere campagnes. Dat wil zeggen dat de aanjagers dus niet permanent voor iedereen te zien zijn.
- Ads & Data doet er alles aan om de campagnes zo goed mogelijk uit te leveren door een **continue opvolging** en optimalisatie. Aanjagers die minder goed scoren, worden offline gehaald waarna enkel de best presterende aanjagers nog traffic zullen genereren. Sowieso zal er altijd voldoende variatie zijn.
- Ads & Data behoudt zich het recht voor om een **campagne voortijdig te beëindigen** onder de volgende voorwaarden:
 - Aanzienlijke onderprestatie**: als na een redelijke optimalisatieperiode de Engaged Read-rate (25% scrolldiepte) consistent onder de minimumdrempel van 50% blijft en de Engaged Read-rate (100% scrolldiepte) onder de 28% blijft.
 - Zeer lage CTR**: die na twee weken onder de 0,11% valt, zelfs na herzieningen van de aanjagers.
 - Bij het voortijdig behalen van de targets**: we proberen ervoor te zorgen dat een artikel gespreid uitgeleverd wordt tijdens de afgesproken duurtijd van een campagne. Het kan echter gebeuren dat bepaalde artikels enorm gesmaakt worden door de lezer, en dat de targets vroeger behaald worden. In dat geval kan het zijn dat de campagne iets vroeger eindigt.

RAPPORTAGE

- We zorgen voor elke branded content campagne voor een **waardevolle rapportering** met inzichten over het leesgedrag en engagement op het artikel. De campagnereportage bevat **algemene cijfers** over alle titels heen, maar geen individuele site-details.
- Ads & Data streeft naar een gemiddelde doorlooptijd van **10 werkdagen om het eindrapport** te maken en aan te leveren.
- De rapportering kan verder besproken worden tijdens een **evaluatiemeeting** met de betrokken sales expert.

Artikels kunnen **gedeeld worden** op jouw eigen kanalen en socials. De links hiervoor worden op vraag aangeleverd door Brand Studio Opvolging. Als je hiervoor een aparte rapportage nodig hebt, moet dat vooraf worden aangevraagd.

CONTACT

 www.adsanddata.be

 www.linkedin.com/company/adsanddata

E-mail: brandstudio.opvolging@adsanddata.be