

## Ekstra Bladet først i Europa med PBT målgrupper på samtlige platforme

Ekstra Bladet tilbyder nu som de første i Europa målgruppesalg baseret på *Predictive Behavioral Targeting* (PBT) på samtlige platforme, som beriges af Nugg.ad. *Predictive Behavioral Targeting* gør det muligt at identificere målgrupper med langt større præcision end traditionelle værktøjer, da både adfærdsbaseret data samt spørgeskemaer bliver bragt sammen i avanceret statistiske modeller. Denne løsning ruller Ekstra Bladet ud før samtlige europæiske mediemastodonter, hvilket gør denne milepæl meget unik.

Ekstra Bladet har en grundlæggende ambition om at være Danmarks førende digitale mediehus med de bedste og mest raffinerede annonceprodukter. Denne markedsposition er flere gange blevet statueret i det danske marked, men nu markerer Ekstra Bladet sig for alvor på Europa-kortet.

*"Vi forsøger dagligt at prøve kræfter med diverse digitale teknologier for at imødekomme vores annoncørers behov samt udfordringer, og derfor har vi naturligvis også store forventninger til vores nylige lancering. Vi har længe, med stor succes, kunne tilbyde PBT målgrupper på hhv. desktop og webtv, og netop derfor er det naturligt for os at rulle produktet ud på de mobile enheder. Mobilområdet er et af vores største fokusområder i 2014 og vi har store ambitioner for omsætningen. Udviklingen i salget de seneste år giver os troen på, at vi er på rette vej, og derfor byder vi også 2014 velkommen med denne unikke mulighed for vores annoncører."* siger Anders Ovesen, salgschef for mobil og PBT.

Ekstra Bladet har i mange år haft et tæt og succesfuldt samarbejde med Nugg.ad, og derfor kan Ekstra Bladet bestemt også garantere kvaliteten i målgruppesalget:

*"Sideløbende med vores forretning forsøger vi kontinuerligt at dokumentere effekten af vores annoncørers kampagner. Dette har vi gjort i PBT Network gennem mange år, hvor effekt- og præcisionsmålinger har været hyppigt brugt og pakket som cases til markedet. Vores annoncører kan således forvente målgruppesalg på alle Ekstra Bladets platforme med øget effektivitet, mindre mediespild og relevante målgrupper."* siger Alexander Kiær, som er produktansvarlig for PBT.

### Kontaktpersoner

Anders Ovesen, salgschef – [anders.ovesen@eb.dk](mailto:anders.ovesen@eb.dk), M: 53 74 08 54

Alexander Kiær, medieanalytiker – [alexander.kiær@eb.dk](mailto:alexander.kiær@eb.dk), M: 27 28 32 83