



De impact van Total Video

Total video is:

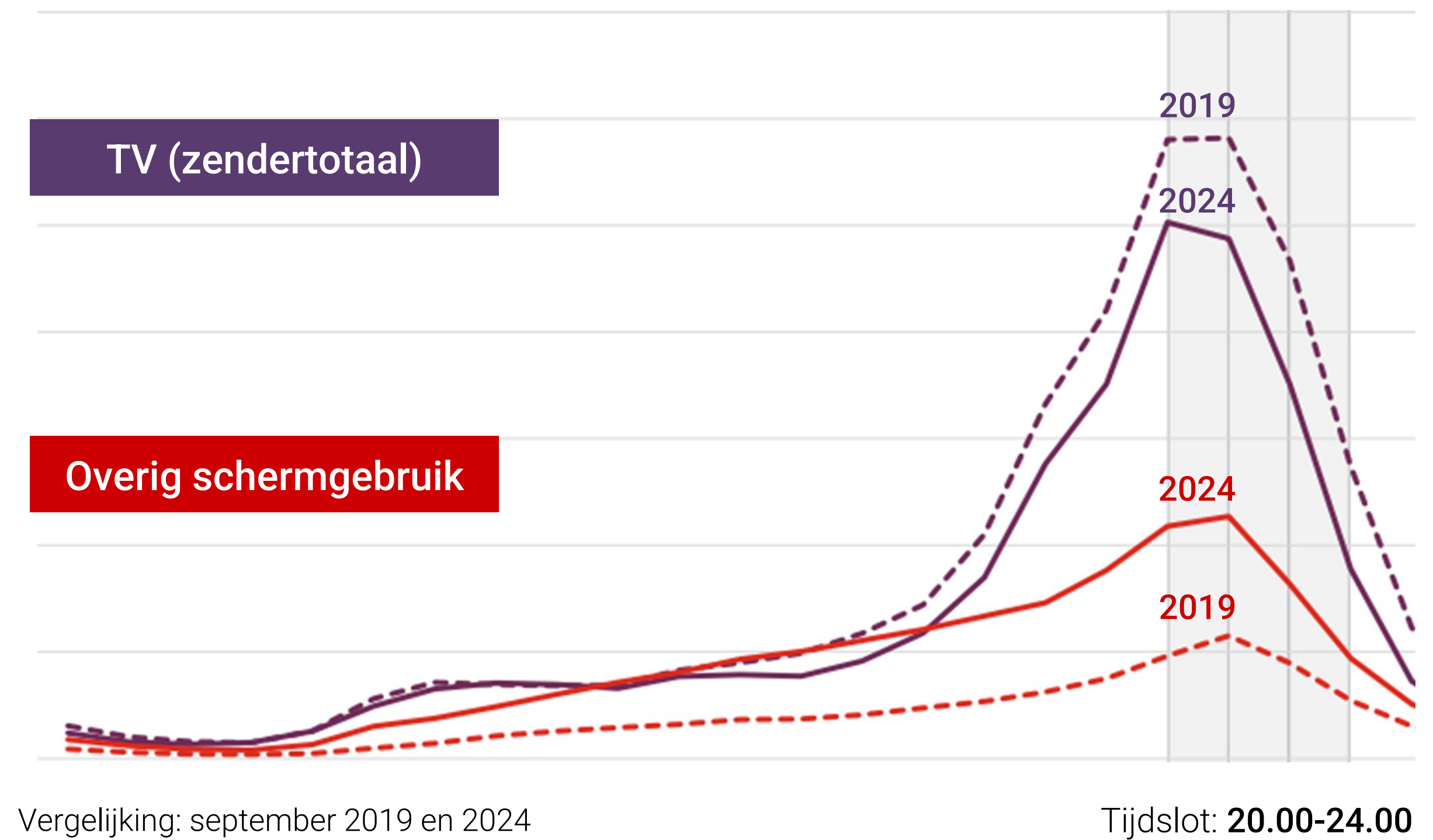
**longform content in een
kwalitatieve & brandsafe omgeving**



wij kijken
3,5 UUR
video
per dag

Kijkgedrag verandert

Gemiddelde kijkdichtheid gedurende de dag (6+)



De impact van Total Video



Groot scherm



Samen kijken



Aandacht



Brand safety

Hogere
merkoverweging
en activatie

Betere
boodschap-
overdracht

Positiev
houding t.o.v.
het merk

Groot scherm





Groot scherm



Samen kijken



Aandacht



Brand safety



Samen kijken



Mirjam

Arno



Anja

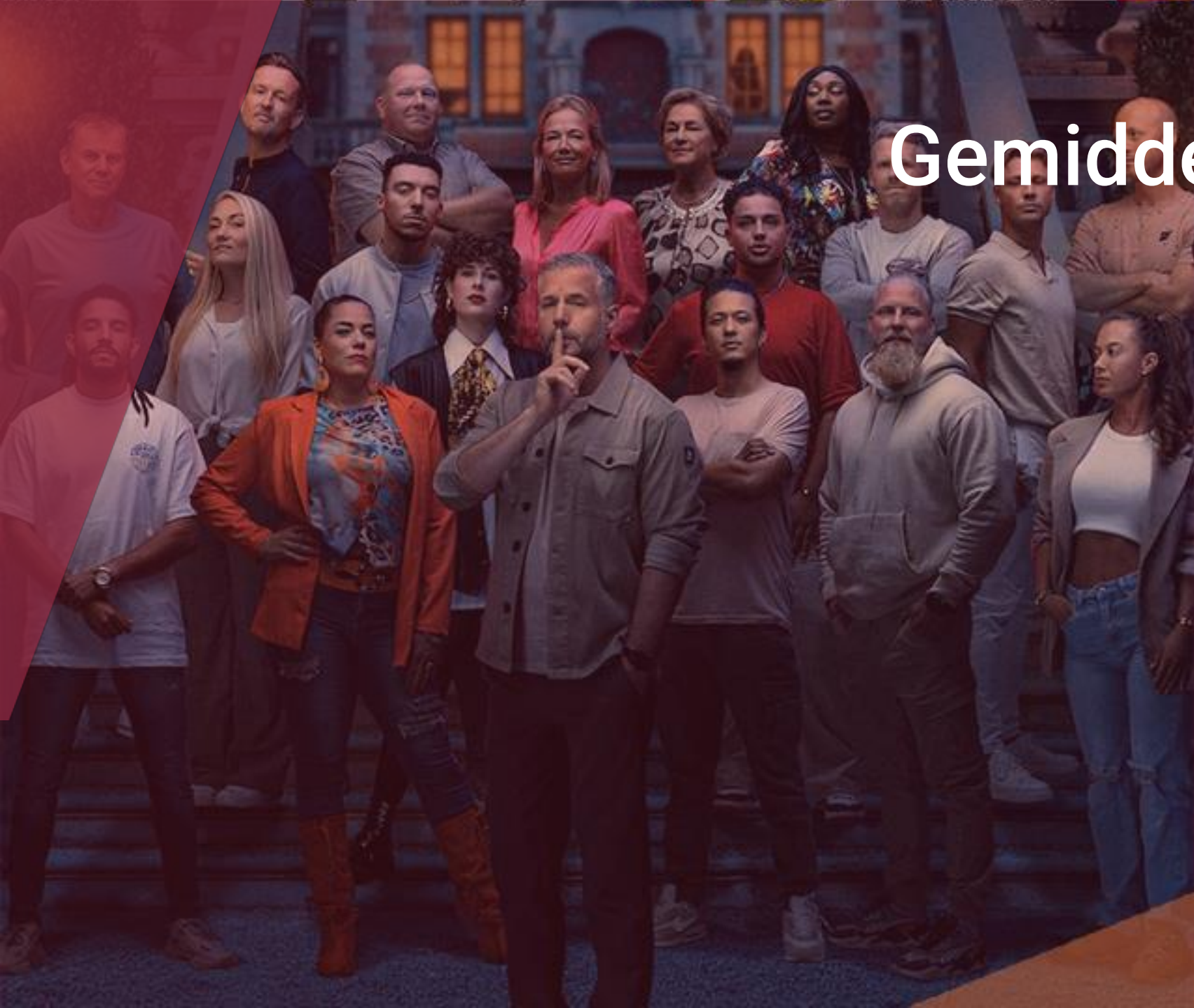


Albert



1 = 2

Gemiddeld staat 1 view op SAVOD voor 2 kijkers



1

Samen kijken maakt
de **content leuker**

Mensen die **samen keken** beoordelen
'Het Perfecte Plaatje op Reis'
met een **hoger cijfer**

7,0

Alleen kijken

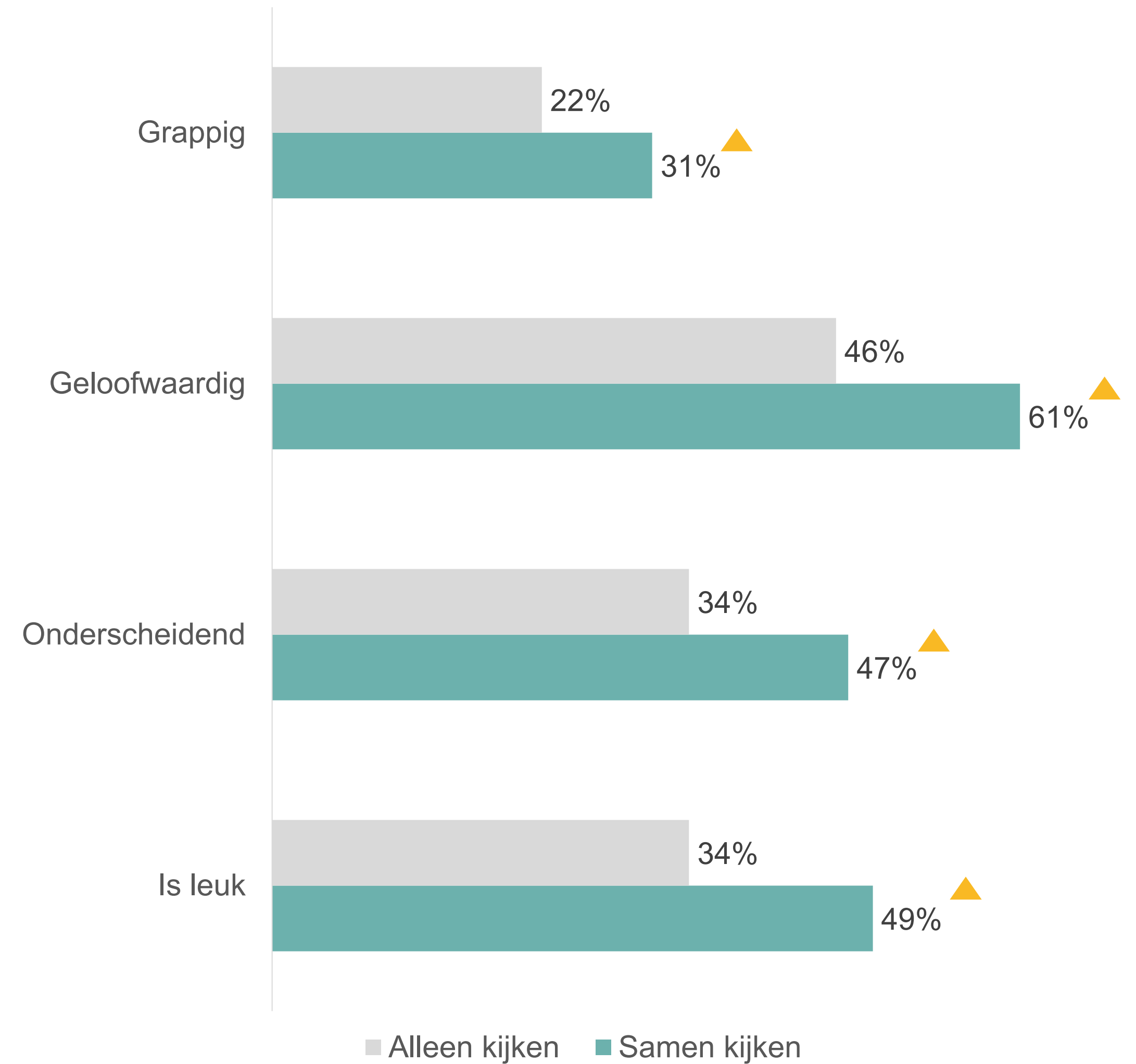
7,3

Samen kijken

2

Dit geldt ook voor de **advertenties**:
samen kijken zorgt voor een
positievere waardering

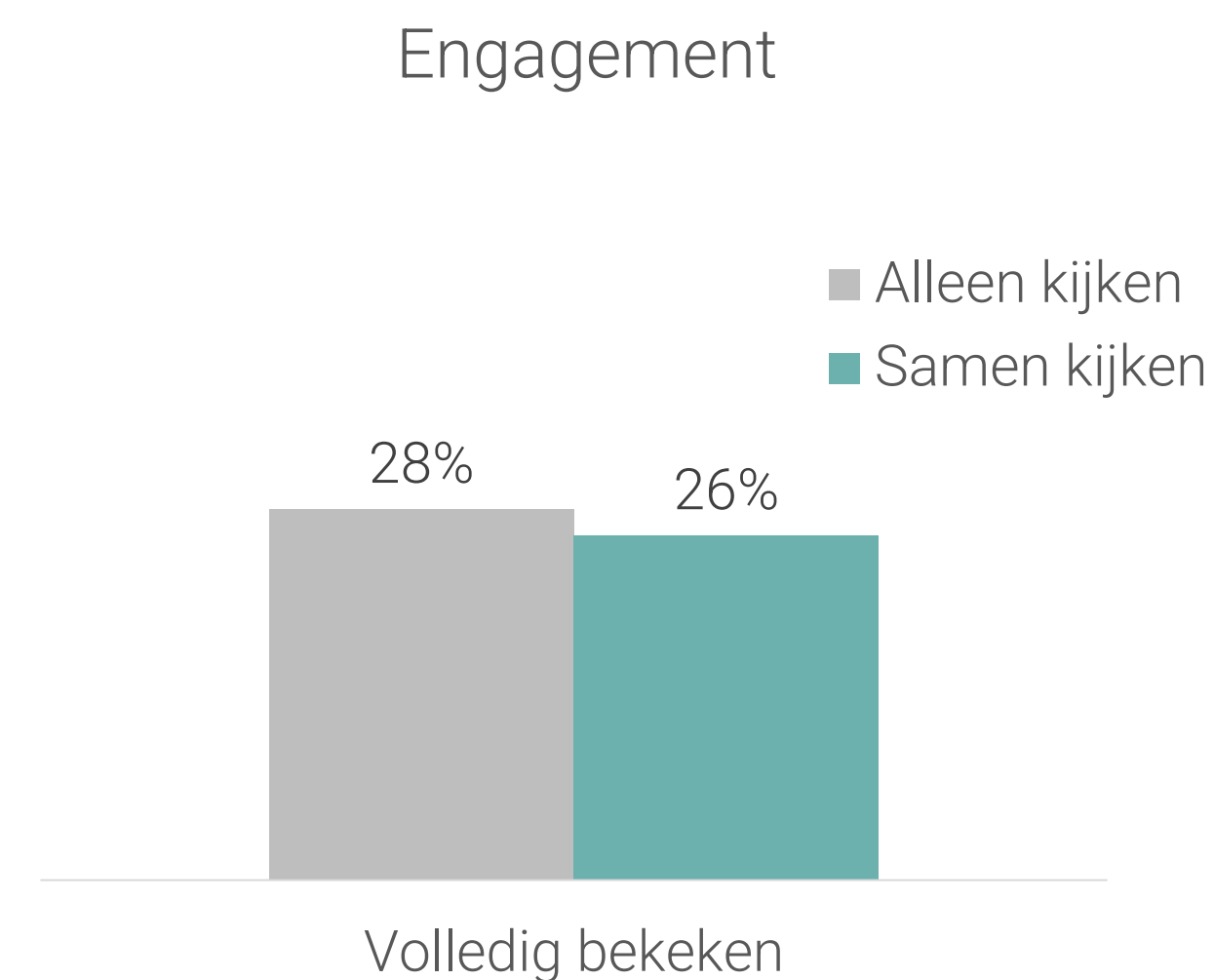
Het samen kijken
zorgt voor een
hogere waardering
van advertenties



3

Samen kijken doet **geen afbreuk**
aan de **aandacht**

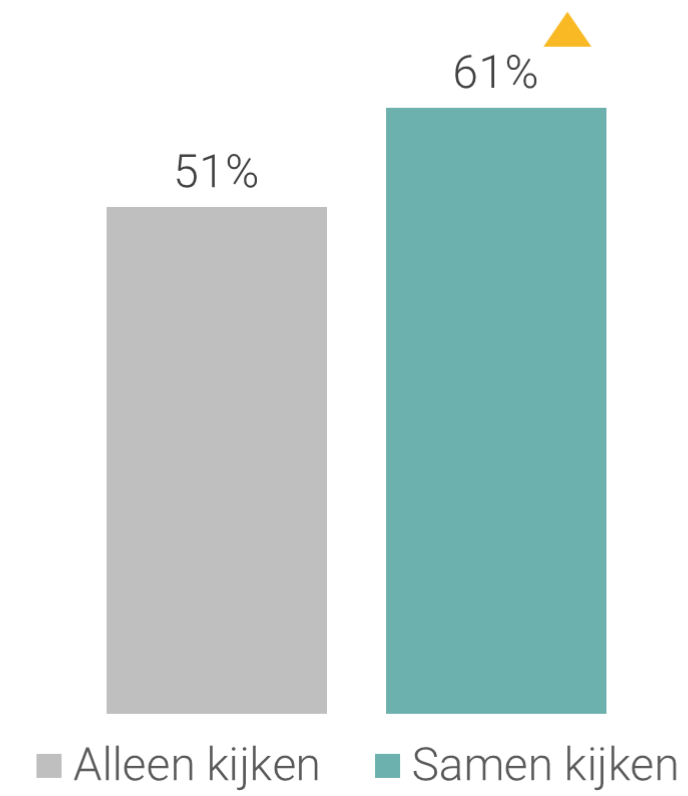
Aandacht van consumenten die samen kijken ligt niet lager



4

En het resulteert in een **impact**
op de **merk-KPI's**

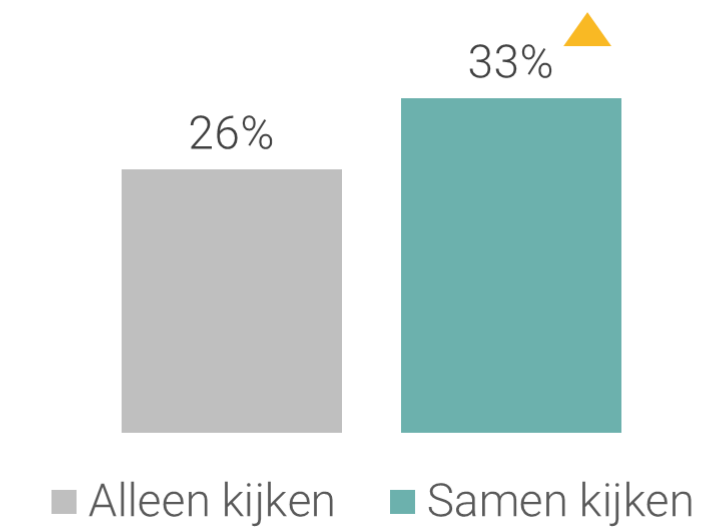
Geholpen merkherinnering



Reclameherinnering



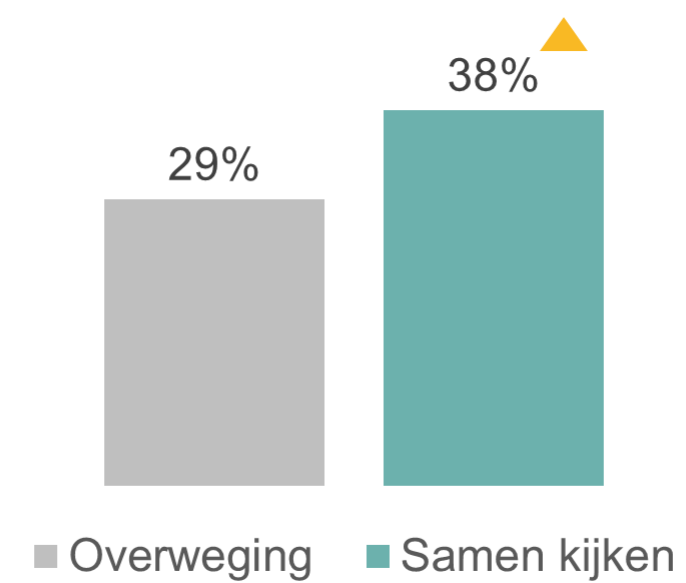
Boodschapherinnering



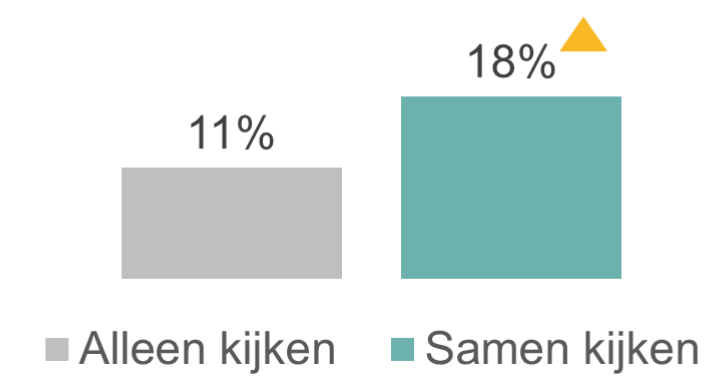
Geholpen merkbekendheid



Overweging



Voorkeur





Groot scherm



Samen kijken



Aandacht



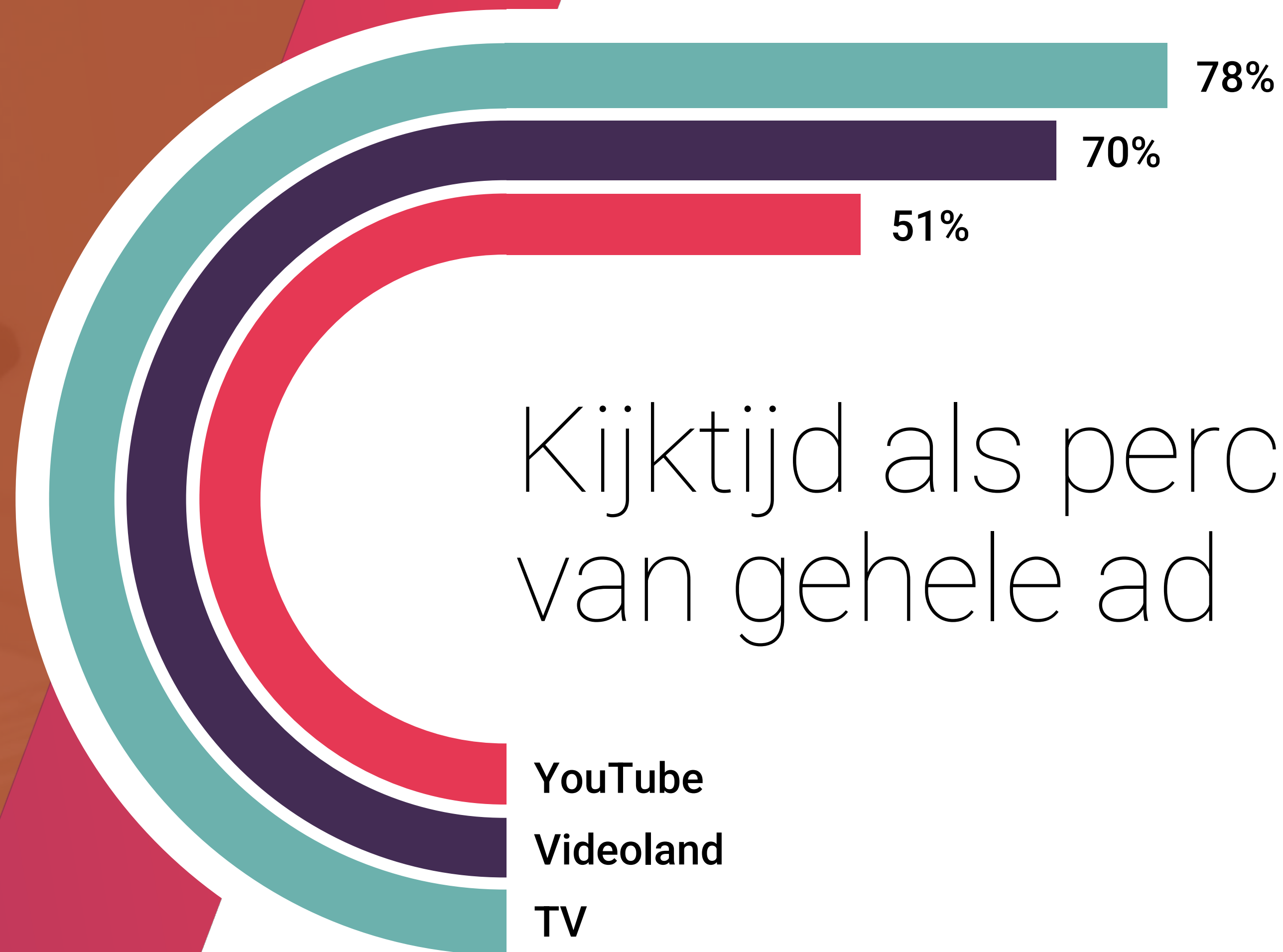
Brand safety



EEG

Eye Tracker

Realistische
presentatie



Kijktijd als percentage van gehele ad

YouTube
Videoland
TV



KIJKTIJD

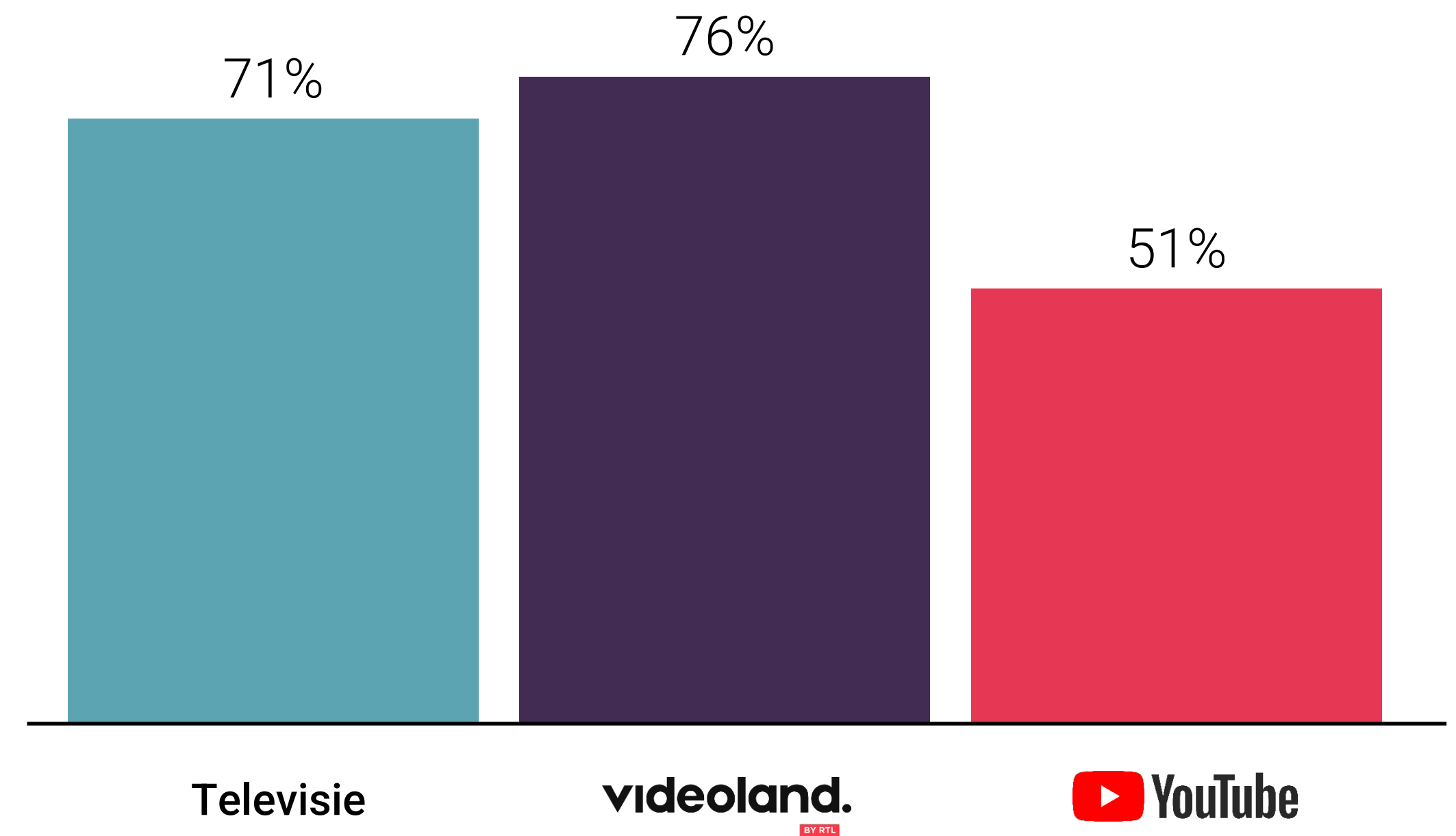
Kijktijd is de gemiddelde relatieve tijdsduur die naar de uiting gekeken worden



Aandacht

De **impact** van Total Video op **merkbekendheid**

Geholpen merkbekendheid





Groot scherm



Samen kijken



Aandacht



Brand safety



Brand safety

Platform x Associatie	Geloofwaardig	Betrouwbaar	Veilig
Televisie	81%	83%	84%
videoland. BY RTL	81%	86%	85%
 YouTube	73%	76%	72%

The background features a collage of three smiling individuals: a man in a hat, a woman with sunglasses, and a woman with blonde hair. These images are partially covered by large, overlapping geometric shapes in shades of orange, red, and pink. The text is positioned on the right side of the image.

Dit zien we
in **alle leeftijdsgroepen**

Merkimago adverteerders

Impact op merkimago

