

MASS TRANSIT MEDIA SE DISTINGUE AVEC LE HIGH QUALITY READS

Mass Transit Media (MTM), la société derrière le journal Metro et les sites Metrotime.be et Zita.be, porte son offre native à un niveau supérieur.

Pour les nouvelles propositions de native advertising de Metrotime.be et Zita.be, MTM utilisera dès cet été la métrique «pay per high quality read». De cette façon, les annonceurs paieront désormais pour un nombre garanti de lecteurs qui lisent leurs articles natifs et ce, avec une attention soutenue pendant au moins 15 secondes.

Mass Transit Media va encore plus loin dans l'offre de ces projets de native advertising. Il permet au marché des annonceurs de travailler de manière plus efficace avec la narration qualitative.

Chez MTM, nous sommes déjà impatients de porter notre expertise plus loin dans la réalisation de contenu natif pour nos enthousiastes et fidèles lecteurs.

Intéressé?

Demandez plus d'informations à votre contact commercial de MTM ou consultez notre Digital Ratecard 2018 / Q3 pour un aperçu complet de toutes les possibilités de publicité numérique sur Metrotime.be et Zita.be.

Pour plus d'informations : Monique Raaffels, Directeur Général, 02/227.93.40 – 0477/62.89.44

Metro est le seul quotidien gratuit en Belgique et atteint chaque jour 713.900 lecteurs enthousiastes. Metro est distribué à l'échelle nationale dans les deux langues (français et néerlandais), grâce à un réseau de distribution efficace: stations de métro, gares, campus, hôpitaux, entreprises, aéroport de Bruxelles et Panos. Le journal compte deux rédactions indépendantes avec des journalistes néerlandophones et francophones. Metro a été lancé le 3 octobre 2000.