

Fem sekunder – sedan tar SvD betalt

SvD lanserar ett nytt sätt att ta betalt för rörligt innehåll i mobilen. Det innebär att SvD tar betalt först när fem sekunder av innehållet visats.

SvD har redan tidigare testat en tidsrelaterad betalmodell på desktop med spännande resultat. Det nya "femsekunderserbjudandet" för rörliga annonser i mobilen är en garanti för att besökaren verkligen har sett annonsen.

– Att vi nu lanserar denna modell på rörligt innehåll i mobilen känns helt naturligt. Det här är något vi tror starkt på både när det gäller mobil och desktop, på säger **Peter Oskarsson**, affärsområdeschef på SvD Annonns.

Först ut att testa den nya modellen är mediebyrån IUM och företaget Meda med sin munsköljprodukt SB12.

– Jag älskar SvD för att de driver på utvecklingen med att annonser som våra kunder köper faktiskt ska ses av någon innan de tar betalt. Det är också skoj att vi fick med Meda/SB12 på detta, säger säger **Martin Andreasson**, Online Video & Broadcast Specialist på IUM och fortsätter:

– De kunder som vågar testa och utvärdera nya lösningar kommer bli vinnare i den digitala transformationen som sker just nu,

Marie Modig är marknadschef på Meda/SB12. Hon säger i en kommentar:

– Vår köpta annonsering blir mer relevant när vi fångar de konsumenter som visat ett intresse för våra produkter. SvD erbjuder ett spännande annonsformat, där vi bara betalar för de som faktiskt har sett vårt material.