

Gerichter online adverteren met respect voor de privacy van de consument dankzij Antwerpse start-up PrediCube

Antwerpen – 27 februari 2015. Online adverteren is big business, maar consumenten met willekeurige advertenties om de oren slaan is niet de beste manier om het rendement van een reclamecampagne te optimaliseren: mensen klikken immers alleen op advertenties die voor hen relevant zijn. Mediabedrijven en adverteerders zijn dan ook voortdurend op zoek naar manieren om het doorklikken op advertenties (en de daaraan gerelateerde inkomsten) positief te beïnvloeden – op basis van gegevens over het surfgedrag van de consument. Een aanpak die haaks staat op de strenge privacy-eisen van die consumenten? Nu niet meer – dankzij de Antwerpse tech start-up PrediCube, een spin-off van digitaal onderzoekscentrum iMinds en de Universiteit Antwerpen die ondersteund wordt door de Start it @KBC incubator. PrediCube maakt gebruik van big data analytics om ervoor te zorgen dat consumenten advertenties te zien krijgen die echt relevant zijn – waardoor de doorklikratio tot 300% verhoogd kan worden. En dat met het volste respect voor de privacy-eisen van gebruikers.

Het online gedrag van consumenten analyseren en voorspellen om het doorklikken op advertenties tot 300% te verhogen

Online adverteren is big business. In 2013 bedroegen de [online advertentie-uitgaven € 27 miljard](#) (in Europa alleen) - een stijging op jaarbasis met 11,9%. Maar terwijl deze markt vele nieuwe kansen biedt, brengt de verschuiving naar online reclame ook een aantal uitdagingen met zich mee. Zo stelden de auteurs van het boek [Het nieuwe TV-kijken](#)¹ bijvoorbeeld vast dat 70% van elke euro die verschuift van print naar online reclame uit de lokale economie verdwijnt en in de handen terechtkomt van een paar grote internationale spelers zoals Google en Facebook.

PrediCube wil die uitstroom van financiële middelen en waardevolle consumentengegevens tegengaan, en brengt een oplossing op de markt die kan worden gebruikt door lokale reclameregies om de interesse van consumenten in specifieke advertenties te voorspellen - op basis van hun surfgedrag. Resultaat: gerichte online reclamecampagnes die veel efficiënter zijn, en een hogere omzet genereren.

“Door gebruik te maken van de PrediCube technologie waren we in staat om de doorklikratio’s te verhogen tot 300%. We zijn nu met andere woorden in staat om tot drie keer accurater advertenties met de juiste klantprofielen te matchen. Daarnaast willen we het volume van de inventaris op basis van sociodemografische criteria (zoals leeftijd en geslacht) significant verhogen. Dankzij PrediCube zullen wij hier zeer binnenkort in slagen. Het spreekt voor zich dat deze aanpak een positieve impact zal hebben op onze business en productaanbod,” vertelt Philippe Degueudre, director business intelligence bij Pebble Media, de online reclameregie voor 80 premium websites, zoals VRT, Telenet, RTBF, Viacom, Elle en LinkedIn.

Nadruk op 'privacy by design'

Op een verantwoorde manier omgaan met data van de consument is een belangrijk aandachtspunt voor het PrediCube team; vandaar hun 'privacy by design' benadering.

“PrediCube werkt door middel van cookies,” vertelt Prof. dr. David Martens, mede-oprichter van PrediCube en docent aan de Faculteit Toegepaste Economische Wetenschappen, Universiteit Antwerpen. “Allereerst vragen webpagina's die de PrediCube tool gebruiken de uitdrukkelijke

¹ Het nieuwe TV-kijken. Een positieve kijk op televisie in Vlaanderen | Jo Caudron, Leo Neels, Geert Wellens, Dirk Wauters | LannooCampus, 09/12/2014

toestemming van consumenten om deze cookies te gebruiken. Als de cookies niet worden geaccepteerd, zal het surfgedrag van de consument niet worden gevolgd.”

“En daarenboven worden er nog een aantal andere maatregelen getroffen om de privacy van de gebruikers te beschermen,” zegt hij. “Gebruikers worden automatisch 'vergeten' na 30 dagen, hun online gedrag wordt alleen bijgehouden op premium webpagina's - niet over het hele internet - en hun gegevens worden nooit verkocht aan andere partijen.”

PrediCube combineert het beste in onderzoek en ondernemerschap

PrediCube bouwt voort op de resultaten van het [DiDaM project](#), dat onder de vlag van [iMinds Media](#) werd uitgevoerd. DiDaM onderzocht manieren om de surfsessies van mediagebruikers in real-time te analyseren, patronen te detecteren en zo adverteerders te helpen om relevante advertenties in webbezoeken te integreren (ook in real-time). Het voordeel voor de webbezoeker is dat hij uitsluitend advertenties te zien krijgt die voor hem interessant zijn. De DiDaM onderzoeksresultaten en de expertise van het onderzoekscentrum ‘Toegepaste Data Mining’ van de Universiteit Antwerpen hebben samen de basis gelegd voor PrediCube. PrediCube kan daarnaast ook rekenen op de steun van de Start it @KBC incubator – die het team voorziet van zakelijke begeleiding en kantoorruimte.

Over PrediCube

PrediCube is een nieuwe tech start-up die geavanceerde big data technologie gebruikt om te voorspellen welke online gebruikers geïnteresseerd zijn in een bepaald product, zodat premium websites gebruik kunnen maken van gerichte reclamestrategieën. Of hoe een spin-off van de Universiteit Antwerpen en iMinds klaar is om de uitdaging aan te gaan met Facebook en Google – in de strijd om online reclamebudgetten. PrediCube resulteert uit een iMinds Media-project dat eindigde in 2014 en dat onderzocht hoe data gebruikt kunnen worden om reclame-op-maat aan te bieden (samen met partners Concentra, Pebble Media, AdheSE en KU Leuven). PrediCube is mede opgericht door prof. David Martens, die aan het hoofd staat van de Toegepaste Data Mining onderzoeksgroep van de Universiteit Antwerpen (faculteit Toegepaste Economische Wetenschappen), en wiens onderzoek zich richt op de ontwikkeling en toepassing van data mining algoritmen. PrediCube werd opgericht in oktober 2014 en wordt ondersteund door de Start it @KBC incubator. Huidige klanten zijn o.m. Batibouw, Engels Ramen, Verandaland en Triple Living.

Contact –

- Prof. Dr. David Martens
- David.martens@uantwerpen.be
- +32 476 91 87 09