

# Bieden op onverkochte advertenties

08-05-2007 00:00

Een advertentie pas betalen wanneer er daadwerkelijk op geklikt wordt. Dat kan sinds vorige week op de website van De Telegraaf. Eerder introduceerde Google al het aanbieden van advertentieruimte via het cost-per-action-model.

Via dit model rekent de adverteerder pas af als er op de banner wordt geklikt of als er een (trans)actie volgt. De Telegraaf hoopt zo onverkochte advertentieruimte toch nog te kunnen vullen. Reserveren van de advertentieruimte werkt volgens het veilingstelsel. Eerst wordt de advertentie aangeleverd, vervolgens wordt er een bod uitgebracht. De hoogste bieder krijgt de ruimte toebedeeld.