

L. LICENSING

Binnen Black Tie Media wordt onderscheid gemaakt tussen promotionele licensing en productlicenties:

- Promotionele licensing: Samenwerkingsvorm tussen Black Tie Media en klant waarbij de klant de programmatitel, zenderaam en/of het logo mag gebruiken in communicatiemiddelen voor de stimulering van de verkoop van een product. Het product zelf krijgt niet de naam van het Black Tie Media-programma/zender.
- Productlicentie: Samenwerkingsvorm tussen Black Tie Media en klant waarbij de klant de mogelijkheid krijgt om gebruik te maken van de programma-titel en of -content voor de ontwikkeling van producten. Deze producten worden ook wel merchandise genoemd.

M. MARKTAANDEEL

Zie zenderaandeel.

MEDIACONTRACT

Een overeenkomst tussen Black Tie Media en een adverteerder waarin de bestedingsverplichtingen met betrekking tot zowel spots (incl. special advertising), sponsoring (billboarding en branded content) voor televisie worden opgenomen.

MEDIADOELGROEP

De mediadoelgroep is de groep personen met een gemeenschappelijk kenmerk waarop de communicatie wordt gericht. Veelgebruikte categorieën zijn leeftijd, geslacht en welstandsklasse.

N. NETTO BESTEDINGEN

Bruto bestedingen met aftrek van kortingen en optelling van toeslagen. Het zijn de werkelijk gefactureerde bedragen die verlaagd worden met bureau-commissie en worden opgehoogd met BTW.

NON SPOT ADVERTISING

Zie branded content.

O. OVERLAY BANNER (TELEVISIE)

De commerciële banner is te zien tijdens een programma. Het programma blijft goed zichtbaar, waardoor het mogelijk is een creatieve koppeling te maken tussen de uiting en de programma-inhoud.

P. PRIME TIME

Tijdvak van 18.00 tot 24.00 uur waarin het meeste televisie wordt gekeken.

PRODUCT PLACEMENT

Vorm van branded content waarbij de producten van een adverteerder op een natuurlijke wijze in de set van de serie of tijdens een scène worden geplaatst. De producten kunnen worden gekoppeld aan bepaalde personages of op functionele wijze onderdeel uitmaken van het decor. Er wordt geen aanvullende informatie gegeven en het merk wordt niet genoemd.

PROGRAMMERINGSPAKKETTEN

Met deze specifieke inkoopvorm kan de adverteerder zelf kiezen welke programma's het beste passen bij zijn doelstellingen.

R. RANKING

Hitlijst van reclameblokken of programma's die op basis van kijkdichtheid, zenderaandelen of selectiviteit gesorteerd zijn.

S. SHOULDER BLOK

Een shoulder blok is een reclameblok dat tussen twee verschillende programma's wordt uitgezonden. De publieke omroepen kennen alleen deze vorm van reclameblokken. De commerciële zenders kennen naast shoulder blokken ook breaks.

SPOT (STICHTING PROMOTIE TELEVISIERECLAME)

SPOT is het Nederlandse marketingcentrum voor TV-reclame en heeft als belangrijkste taak om mediabureaus en adverteerders te informeren en te inspireren over wat het medium TV voor hen kan betekenen.

SPOTLENGTE INDEX (SPOTINDEX)

Met een spotindex kan het standaard spottarief (o.b.v. 30 seconden) worden teruggerekend naar het tarief dat moet worden betaald voor een commercial met een afwijkende spotlengte.

T. TELETEKST (LINEAIRE TEXT-PAGINA'S)

Teletekst is een snel elektronisch magazine oproepbaar via de afstandsbediening. Op de Teletekst-pagina van DT7 vindt de kijker 24 uur per dag, 7 dagen per week het laatste nieuws en een veelheid aan informatie over bijvoorbeeld het weer, verkeer en sport.