

Mainonnan kolmas ulottuvuus - Näin herätät huomiota!

Monikanavainen mainonta maksimoi vaikuttavuuden

Reetta Thurman

Marketing Strategist, Sanoma Media Finland



Reetta Thurman
Marketing Strategist
Sanoma Media Finland

20+ vuoden kokemus suomalaisista
brändeistä

Yhteys: LinkedIn – Reetta Thurman



Agenda

1. Miksi monikanavainen strategia toimii?
2. Digitaalisen mainonnan rooli monikanavaisessa strategiassa
3. Case Pohjola Vakuutus

Monikanavainen strategia:
**Tehokkain tapa yhdistää
brändi- ja taktinen
mainonta**



Miksi monikanavainen strategia toimii?

**Monikanavaisuus
kasvattaa mainonnan
tehokkuutta**

**Brändi- ja taktisen
mainonnan
yhteisvaikutus**

**Median
kaksoisvaikutus**

**Johdonmukainen
viesti kaikissa
kanavissa**

Digimainonnan rooli monikanavaisessa markkinoinnissa

**Brändimainontaa ja
taktista mainontaa
– ei joko tai**

**Online-video =
pitkäkestoinen
brändivaikutus**

**Digikanavat jatkavat
massamedian
vaikutusta**

**Personointi & mittaus
= parempaa
tehokkuutta**

**Oikea viesti, oikeaan
aikaan**

**Yhdessä enemmän –
vältetään
performance plateau**



Case: Pohjola Vakuutus

Erinomaisia tuloksia monimediakampanjalla

**Kiinnostus
+28%**

**Harkinta
+5%**

**Ostoaikomus
+29%**

Muista ainakin nämä

1. Monikanavainen strategia yhdistää brändin ja taktisen tekemisen tehokkaasti
2. Brändi- ja taktinen mainonta eivät ole erillisiä – ne vahvistavat toisiaan
3. Digikanavat jatkavat massamedian vaikutusta – mutta eivät yksin riitä



s a n o m a

Aina tulee sanomista.

Kiitos!