

Meet RTL AdAlliance

RTL AdAlliance connects brands from all over the world to European audiences through premium content

RTL



The European Total Video advertising sales house

Scale +

150M+ Total video viewers every day

Expertise +

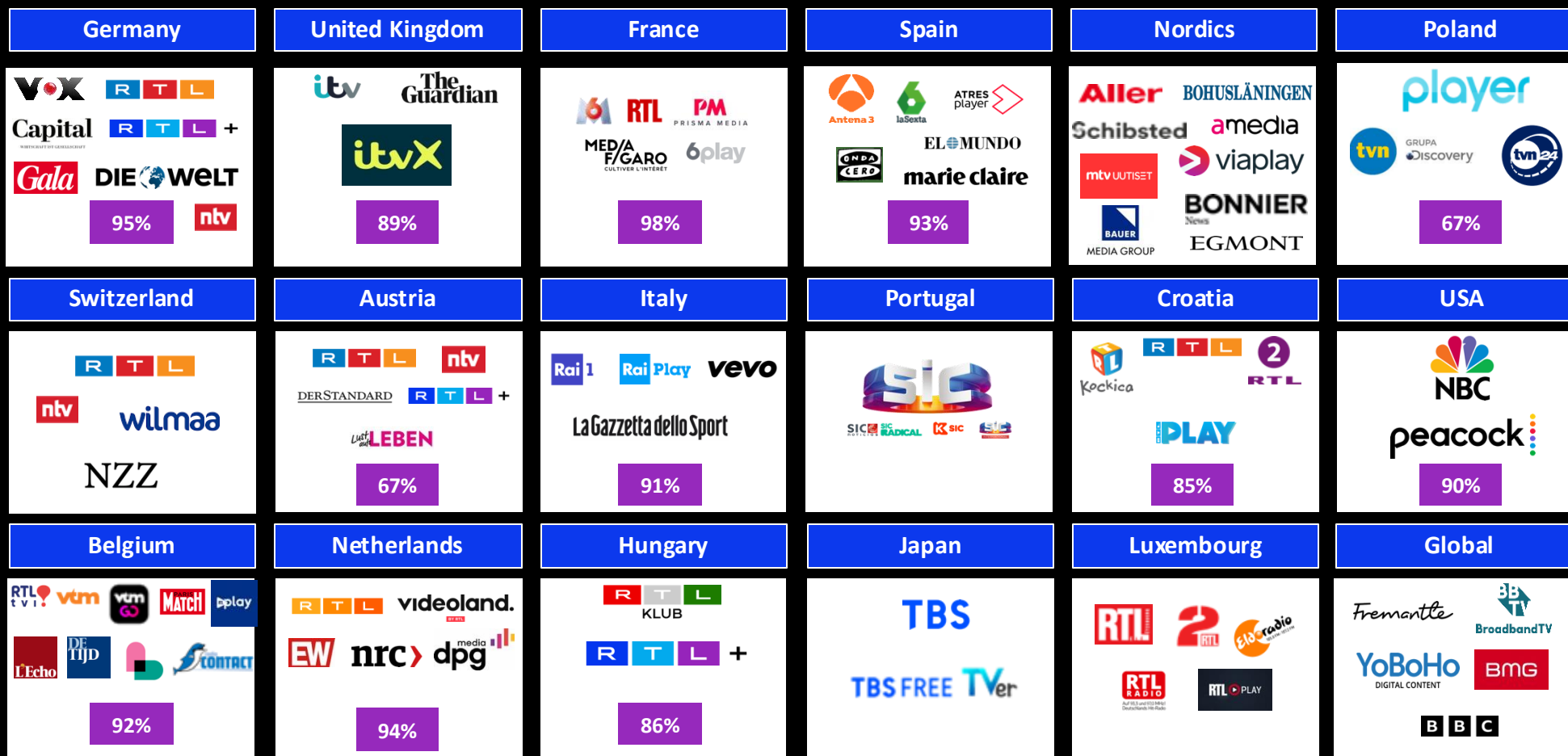
250+ Media experts, worldwide

Innovation

European tech bringing TV into the digital world



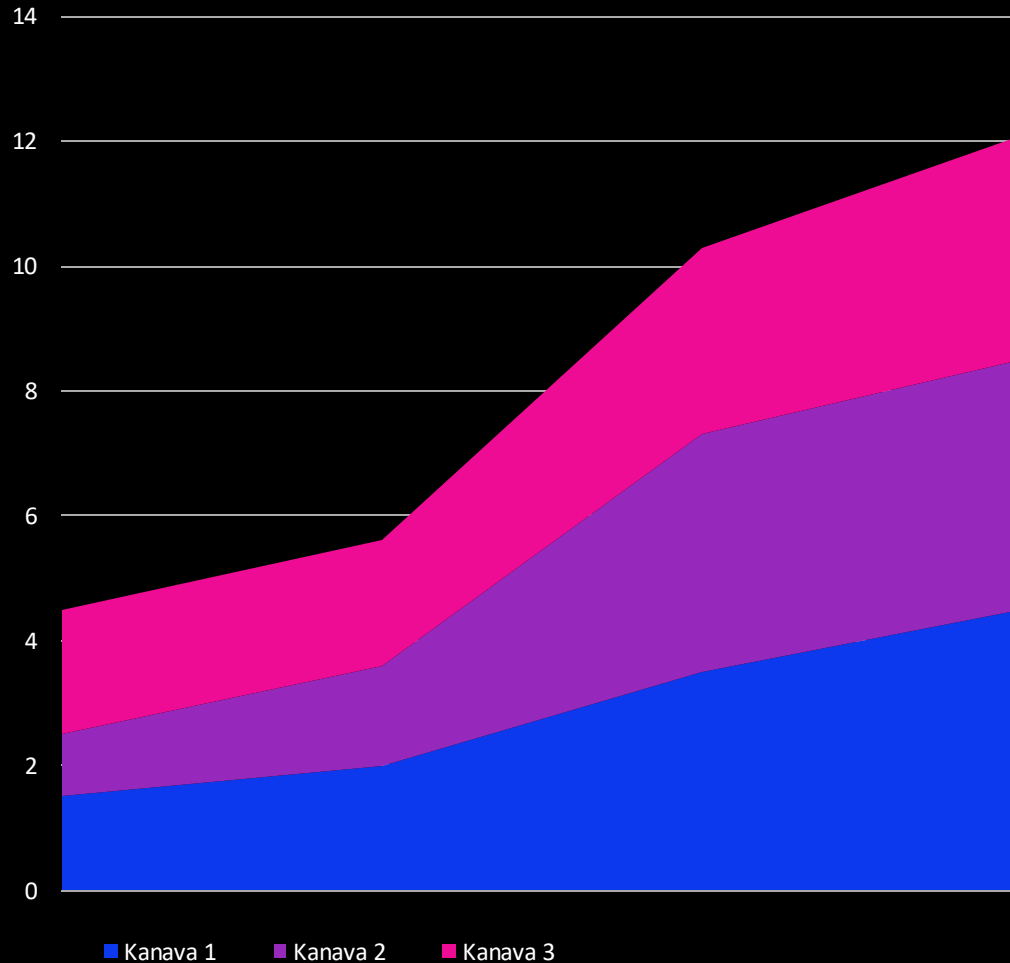
We united the power of local champions: unique reach capacity globally



The #1 or #2 in each market

Omnichannel ajattelu

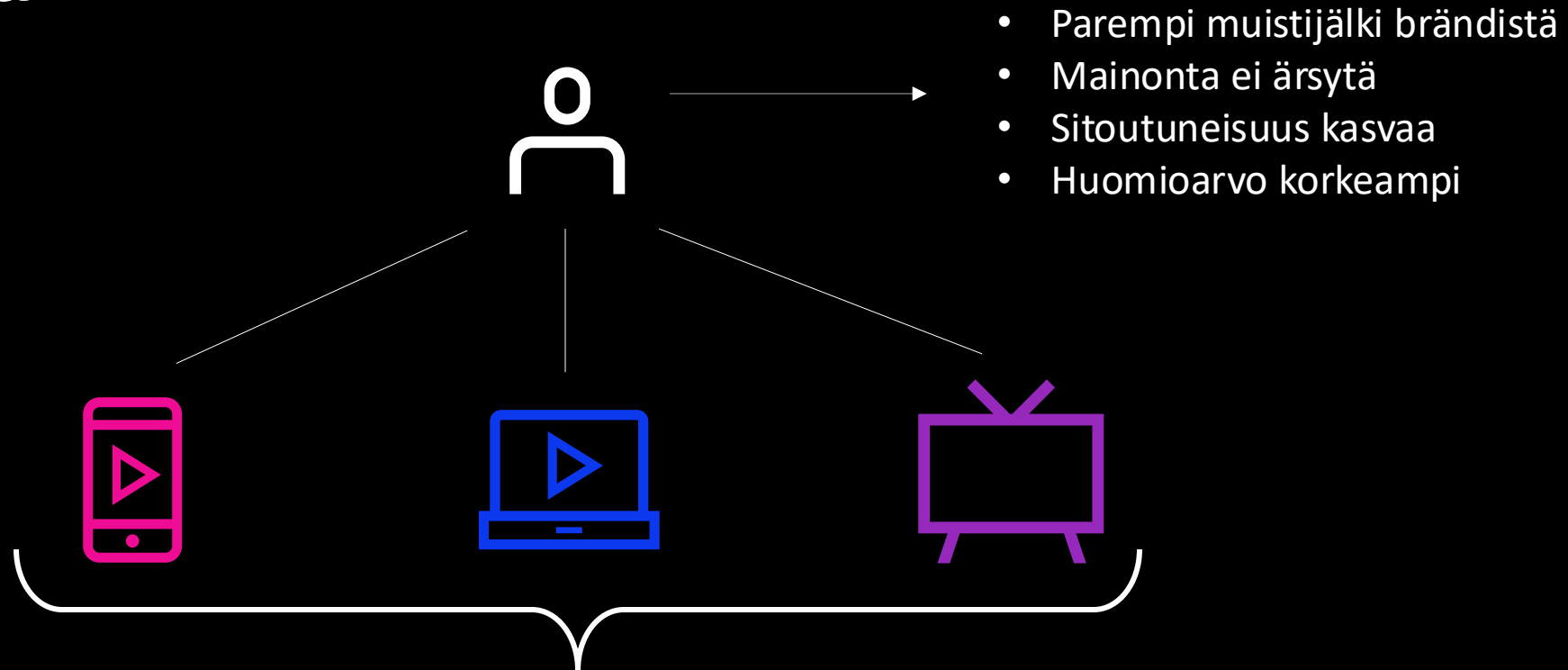




Laajempi peitto useammalla kanavalla

- Monikanavaisen markkinoinnin fundamentti nro 1.
- Median pirstaloituminen – Ei kaikkia munia samaan koriin.
- Varioidut kohtaamispisteet pitkin päivää.
- Joustavampi optimointi ja budjettiallokaatiot.

Kohtaamispisteiden synergia

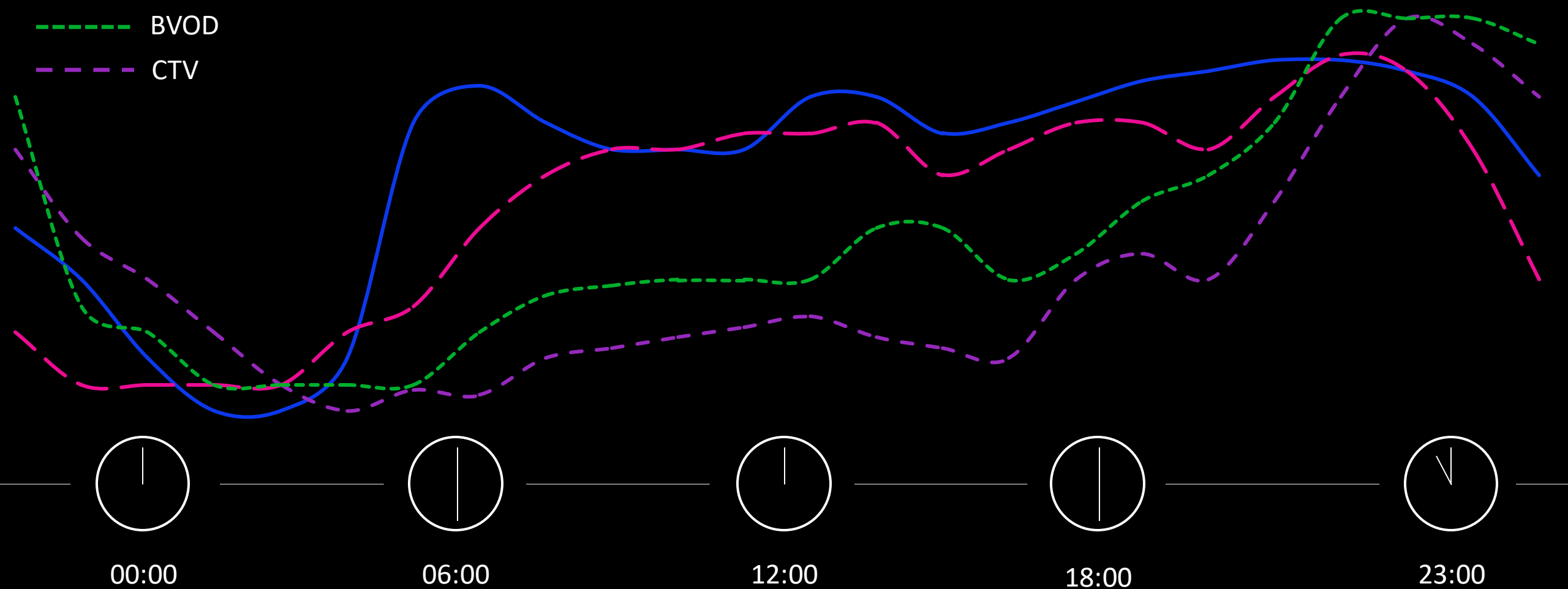


Brändi näyttää ja kuulostaa samalta ja
mainosympäristön lainalaisuudet on otettu
huomioon

Videon kulutus pitkin päivää

R T L

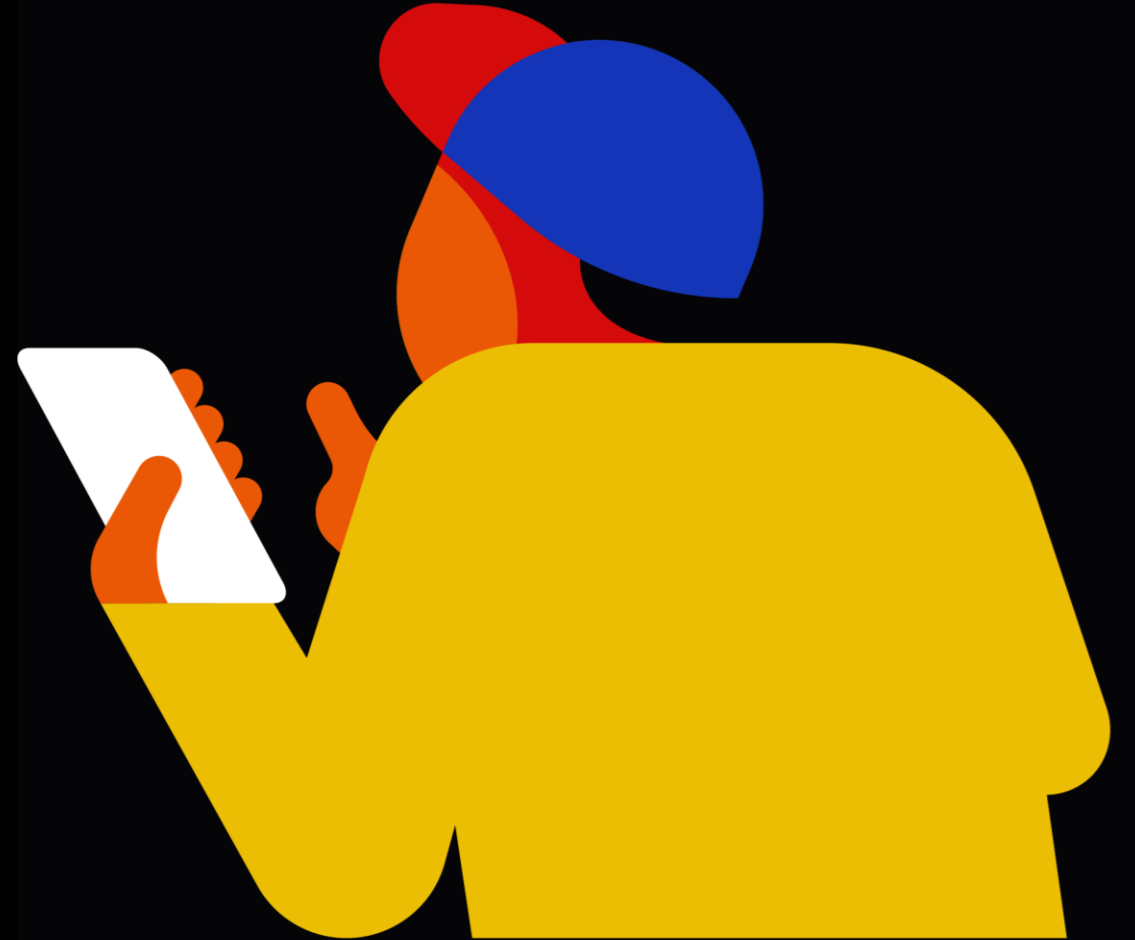
- Mobile gaming
- Editorial video
- BVOD
- CTV

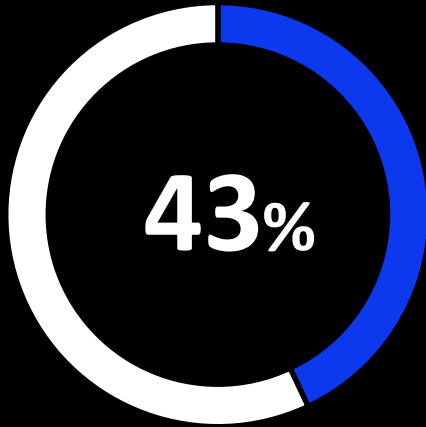


Mobiilipelimaailma



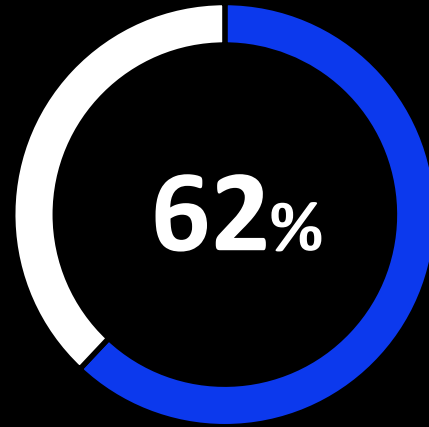
Ohjelmallinen





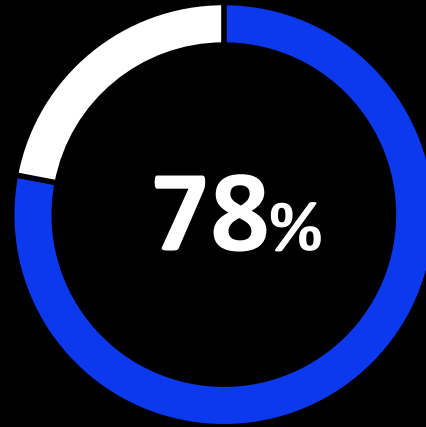
Mobiilipelaajat

43 % suomalaisista pelaa mobiilipelejä viikoittain.



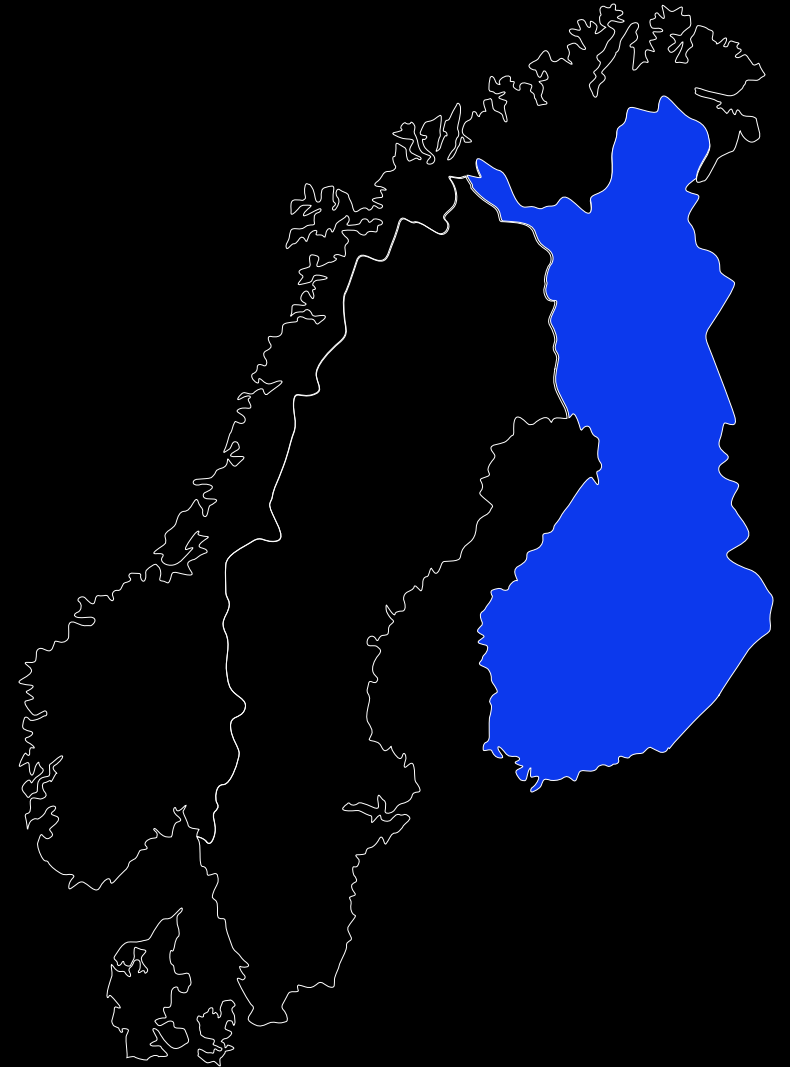
Profiili

62 % mobiilipelaajista on naisia.



Muistaminen

78 % muistaa nähneensä videomainontaa mobiilipeleissä.



Pelimainonta osana media mixiä



"Kustannustasoltaan gaming on ohjelmallisessa videomainonnassa YouTube verkoston tasoa loppuunkatseluita mitattaessa"

"Gaming mainontaa on otettu laajasti mukaan erilaisiin videokampanjoihin osana media mixiä"

"Ohjelmallisen asiantuntijana voin sanoa, että olemme olleet todella tyytyväisiä pelimainonnan ostamiseen. Ostaminen on ollut sekä vaivatonta että toimivaa"

"Gaming inventaari kattaa eri demografisia kohderyhmiä laajasti, ja siten sen hyödyntäminen yhä perinteikkäimmillä brändeillä on jo ajankohtaista"

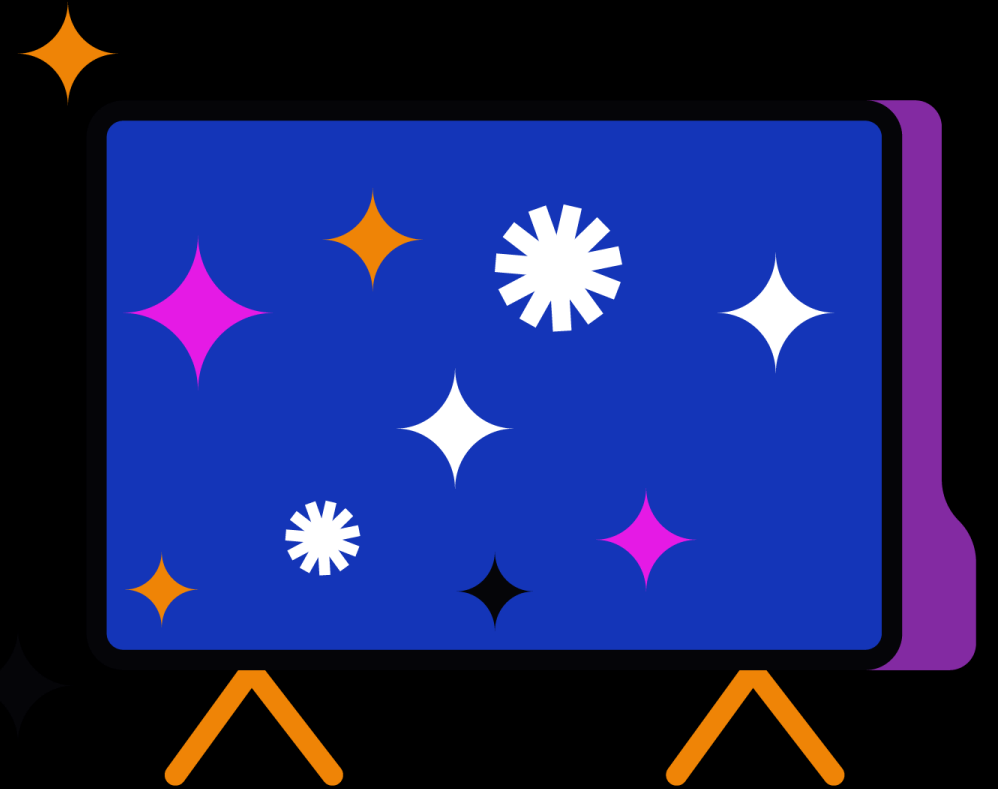
"Vuonna 2025 gaming tulee olemaan yhä enemmän osana jatkuvia videokampanjoita monilla eri brändeillä"

Mittaus ja luovat (gaming)

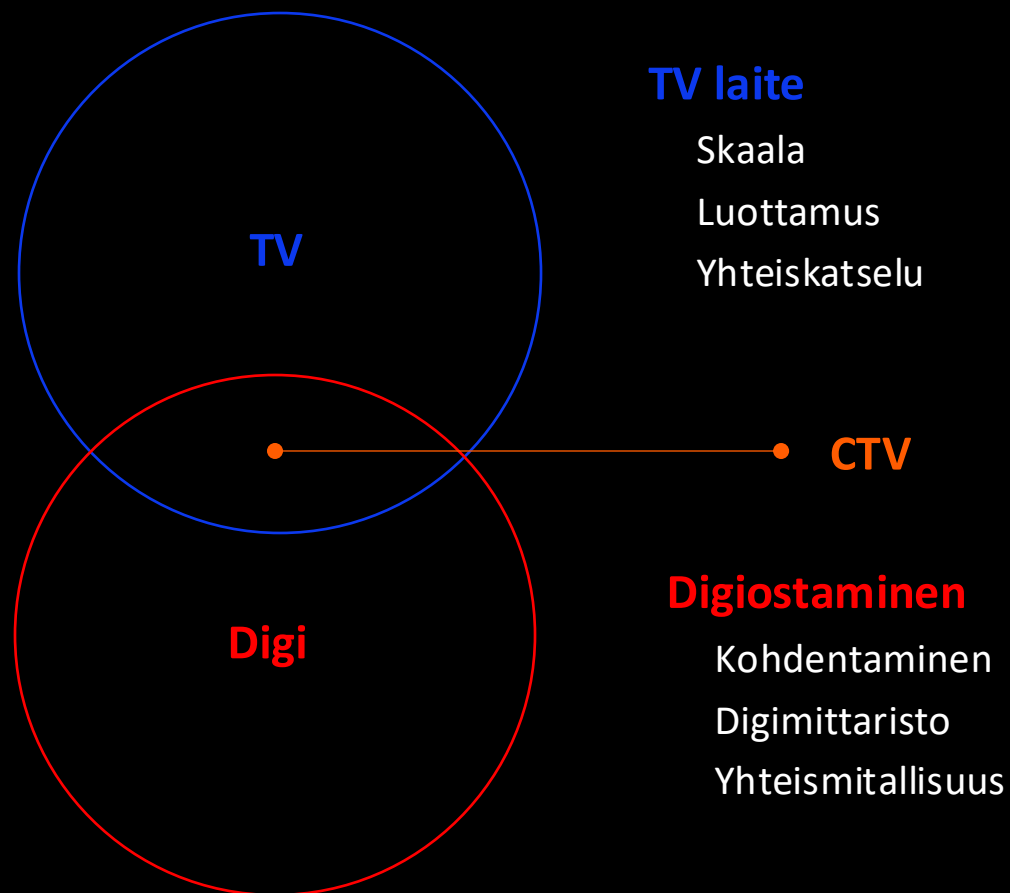
- Vältä kolmannenosapuolen evästeisiin perustuvia yleisöjä mobiiliapplikaatioympäristössä.
- Tuota videot oikeaan kuvasuhteeseen.
- Ihannetilanteessa muokkaa luovan elementit peliympäristöön sopiviksi.
- Monipuoliset kohdennusvaihtoehdot eri yleisöille.
- Yhteismitalliset digimetriikat raportoinnissa.
- Hyödynnä lokaalia markkinadataa suunnittelun tukena.



CTV ja ison ruudun katsoelun murros



CTV: Digitaalisuus + TV



Ison ruudun transformaatio

- Ratkaisu pirstaloituneeseen sisällönkulutukseen.
- Tukee kaikkia digiostotapoja (RTB, PG, IO).
- Ison ruudun hyödyt ja digimainonnan mittaus.
- Näkyvyys premium sisällön yhteydessä (elokuvat, sarjat, urheilu).
- Täydentää lineaarisen tavoitavuutta.
- Kustannustehokkuus.



Mittaus ja luovat (CTV)

- Vältä kolmannenosapuolen evästeisiin perustuvia yleisöjä.
- Älä lisää CTA-nappia videoon.
- Hyödynnä koko ison ruudun pinta-ala.
- Tee brändi näkyväksi → Logo ja värit.
- Hyödynnä yhteismitallisia digimetriikoita raportoinnissa → Mutta muista, että CTV tavoitavuus on laite- ei käyttäjäkohtainen.





RTL AdAlliance

Simplicity for advertisers.