

KONTEKSTUAALISEN MYYTINMURTAJAT

TÄNÄÄN PUHUMASSA



Perttu Kauppinen

Iltalehti
Vastaava päätoimittaja
Perttu.Kauppinen@iltalehti.fi



Maarit Toivonen

Alma Mediaratkaisut
Programmatic Manager, Team Lead
Maarit.Toivonen@almamedia.fi

KONTEKSTIN ARVO ON KIISTATON

Mainoksen
huomaaminen:

0,4 vs. 1,0
sekuntia

Ostoaie

+ 14 %

Brandin suosio

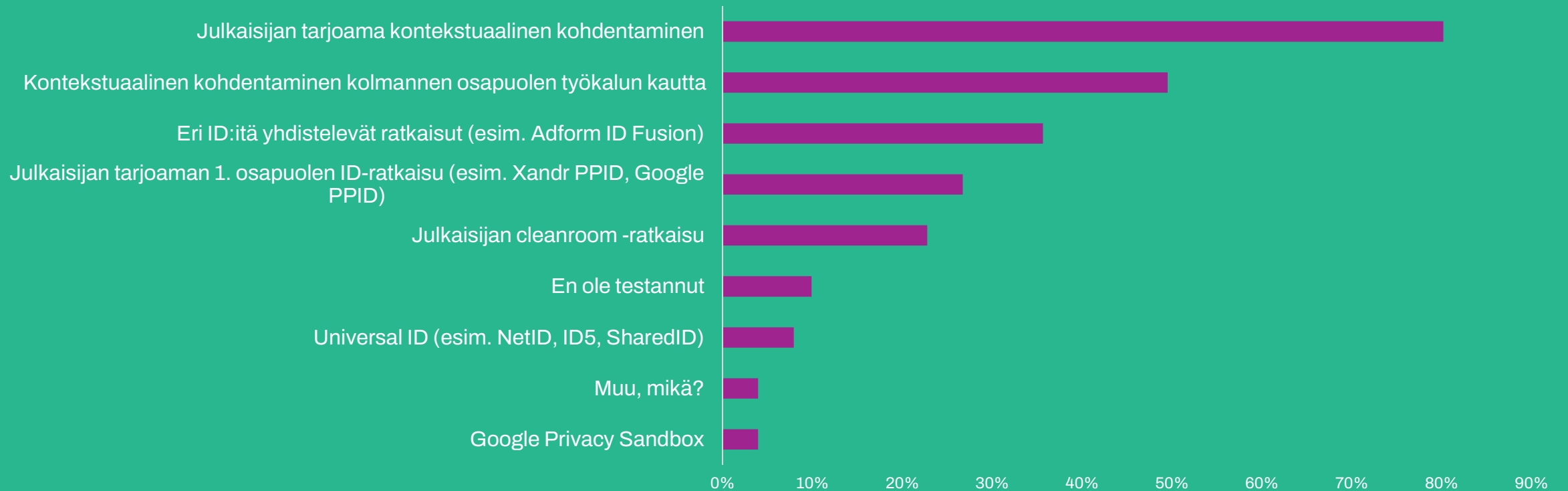
+ 5 %

Brändin
muistaminen

4 x

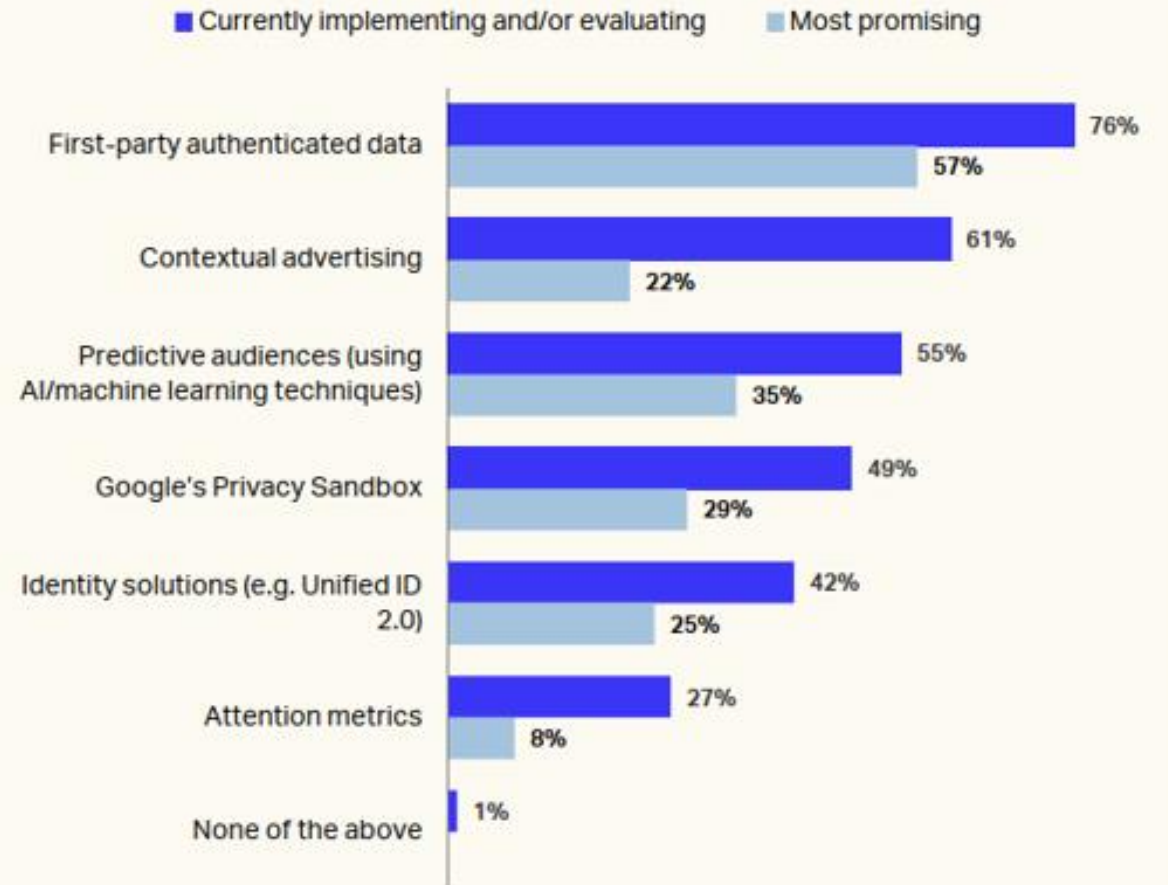
KONTEKSTUAALINEN ON JO NYT YKSI TESTATUIMMISTA EVÄSTEETTÖMISTÄ RATKAISUISTA SUOMESSA

Mitä evästeettömiä ratkaisuja olet testannut mainostajan kampanjassa?
(osa vaihtoehdoista voi olla päällekkäisiä)



KONTEKSTUAALINEN ON JO NYT YKSI TESTATUIMMISTA EVÄSTEETTÖMISTÄ RATKAISUISTA, MYÖS MAAILMALLA

Which of the following post-cookie solutions are you or your clients currently implementing or evaluating / believe hold the most promise?



1

**”Mainonta nykypäivän
uutismedian kontekstissa
on risky business”**

1

Laatumediat uutisoivat yhteiskunnalle merkittävistä, usein negatiivisista aiheista

2

Mainostajat suojelevat brändiään erilaisten brand safety – työkalujen avulla, välttävät negatiivisia konteksteja ja uutismedioita

3

Uutismedioiden mainostuotot laskevat, uutismediat menettävät resursseja, joutuvat lopettamaan

4

Uutisista tulee yhä enemmän klikki-painotteista, tekoälyn tuottamaa, dis-informaation määrä kasvaa

MAINOSTAJAT HUKKAAVAT UUTISMEDIOIDEN TARJOAMAA POTENTIAALIA

MAINONTA UUTISMEDIASSA EI OLE MAINOSTAJALLE RISKI

FUTURE OF NEWS

ADS ADJACENT TO “NOT BRAND SAFE” STORIES PERFORM ON PAR

— with ads next to the “brand safe” articles.

AVERAGE BRAND REPUTATIONAL METRICS

‘Not Brand Safe’ Content

67.2%

8 Metric Average

Trump, Middle East, Crime, Biden, Inflation

‘Brand Safe’ Content

68.3%

8 Metric Average

Business, Sports, Entertainment

Base: Trump (n=5530), Biden (n=5557), Mideast (n=5557), Business (n=5552), Inflation (n=5557), Crime (n=5560), Sports (n=5560), Entertainment (n=5556).
QFAV2. Please indicate how favorable or unfavorable you are towards [BRAND]. If you do not know enough about the company to have an opinion, please indicate so.
QBPI2. Please indicate how likely or unlikely you are to make a purchase or use services from [BRAND] over the next 6 months.
QATTR2. Below are some phrases and words. Please indicate how well do you think each phrase or word describes [BRAND].



23

UUTISEN **NEGATIIVINEN** SENTIMENTTI VOI VAIKUTTAA **POSITIIVISESTI** MAINONNAN ENGAGEMENTTIIN

Uutisen sentimentti

Sentimentin vaikutus lukijan käyttäytymiseen



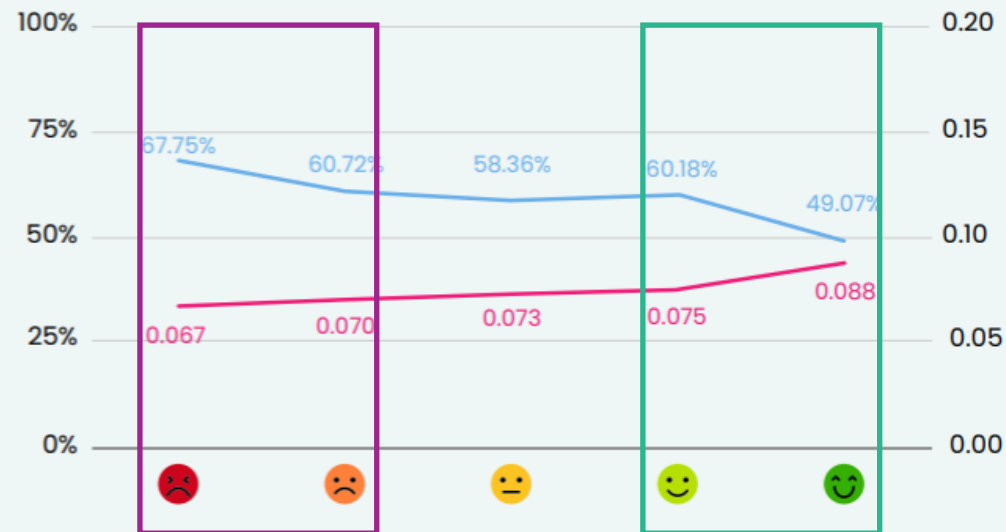
Alhaisempi viewability
Nopeampi scrollaus
Lyhyemmät sessiot



Korkeampi viewability
Hitaampi scrollaus
Pidempi engagement

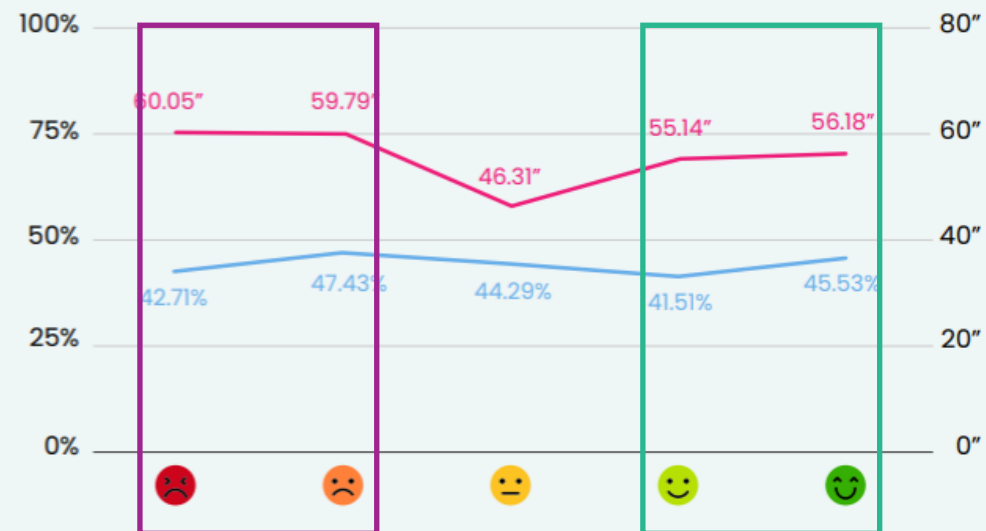
Viewability and Scroll Velocity

Viewability(%) Scroll Velocity (px/sec)



Scroll Depth per Sentiment vs. Time on Page per Sentiment

Scroll Depth (%) Time on Page (sec)



NEGATIIVISISTA ASIOISTA KERTOMINEN ON OSA UUTISMEDIAN LUOTETTAVUUTTA

2

”Uutismedia ei profiloit”



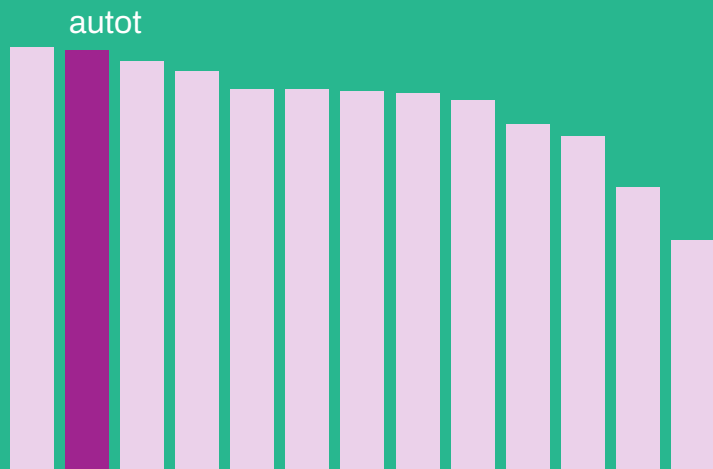
UUTISMEDIA ON PALJON MUUTAKIN KUIN PELKKÄÄ KOVIEN UUTISTEN UUTISOINTIA



UUTISMEDIAN SISÄLLÄ OIKEIN VALITTU OSIO TUO TEHOA MAINONNAN TOIMIVUUTEEN

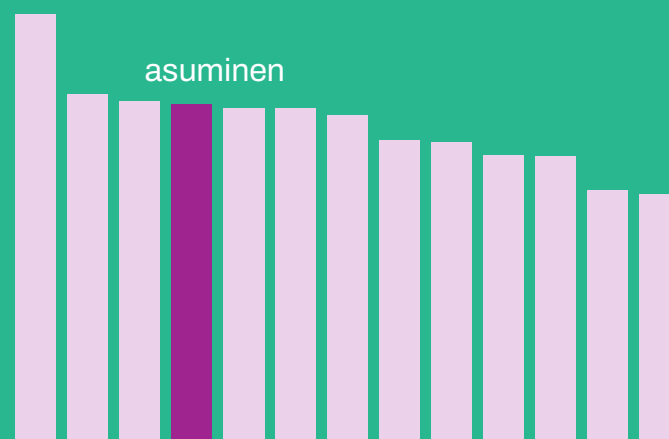
+ 14%

Toimiala: autokauppa



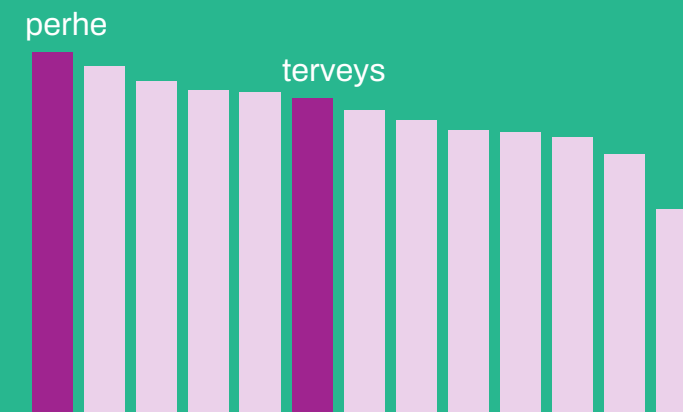
+ 5%

Toimiala: sisustaminen



+ 8%

Toimiala: apteekki, lääkkeet



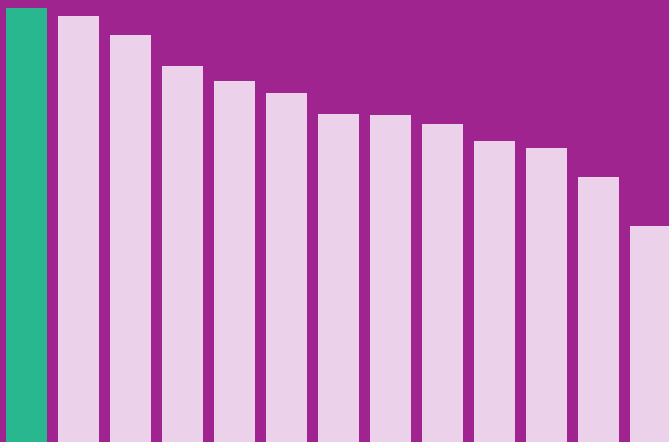
In-view -luvut jaoteltuna Iltalehden osioittain

UUTISMEDIAN SISÄLLÄ OIKEIN VALITTU OSIO TUO TEHOA MAINONNAN TOIMIVUUTEEN

+ 17%

Toimiala: autokauppa

autot

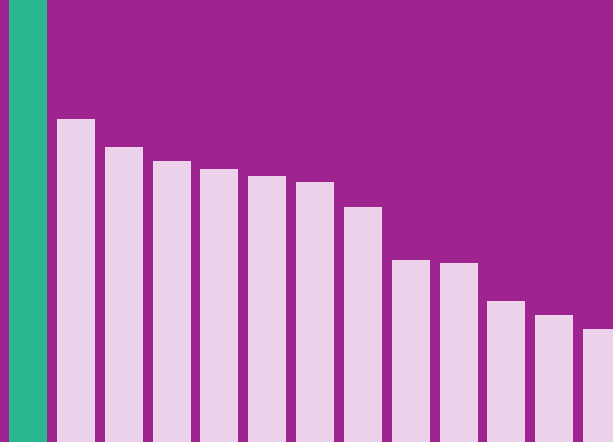


CTR-luvut jaoteltuna Iltalehden osioittain

+ 74%

Toimiala: sisustaminen

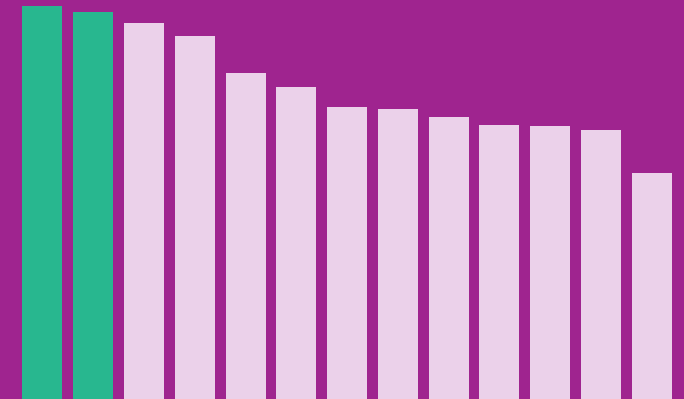
asuminen



+ 26%

Toimiala: lääkkeet, apteekki

perhe, terveys



**SUURTA YLEISÖÄ EI TAVOITETA
MILLÄÄN YKSITTÄISELLÄ
SISÄLTÖTYYPILLÄ**

3

**”Julkaisijoiden
kontekstuaalinen
kohdentaminen on vain
osiokohdentamista”**



**KONTEKSTUAALISESSA MAINONNASSA
ON TARJOLLA 1. OSAPUOLEN JA
3. OSAPUOLEN DATAA**

1.

osapuolen kontekstuaalinen kohdentaminen

Tarjoaja on julkaisija, joka omistaa sisällöt
eli kontekstin

Tekninen toteutus tapahtuu julkaisijan
omistamien, useiden datapisteiden avulla

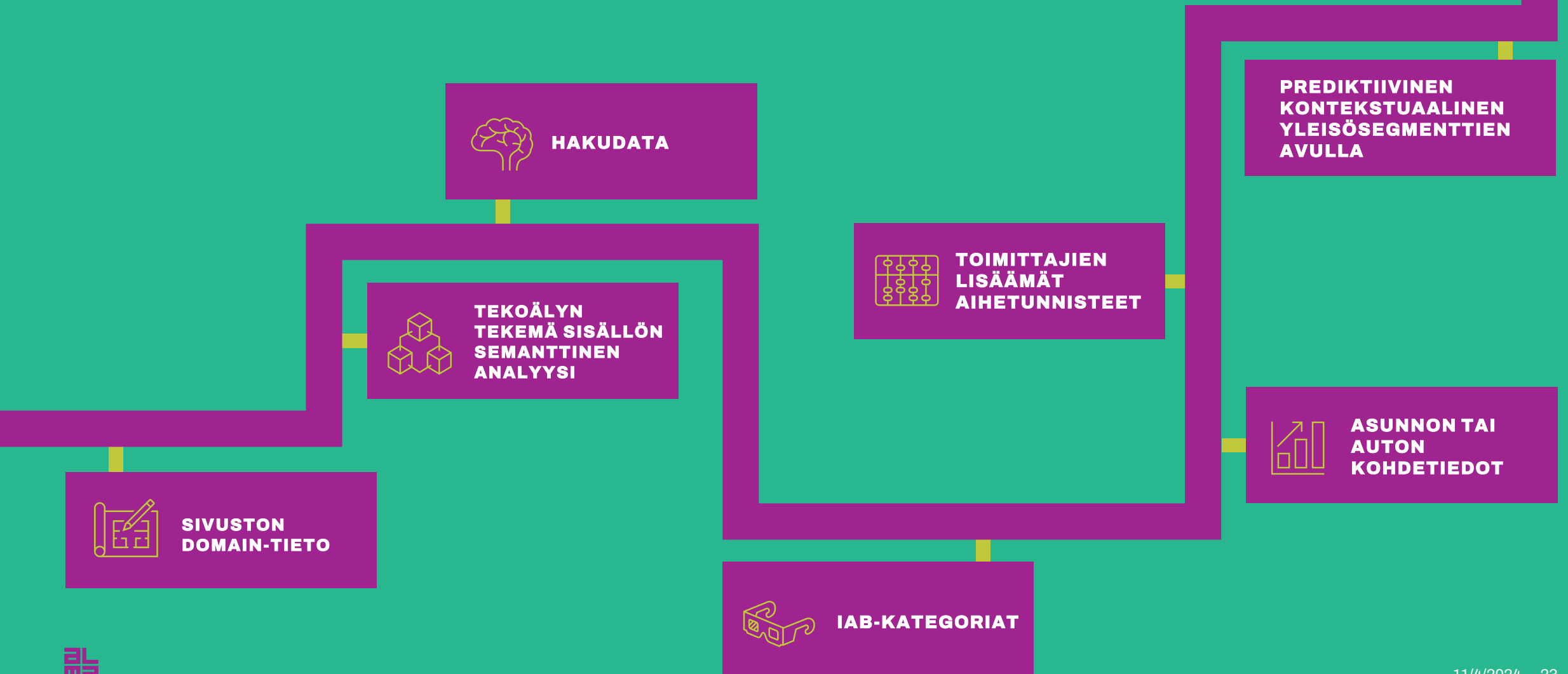
3.

osapuolen kontekstuaalinen kohdentaminen

Tarjoaja ei omista kontekstia, ei välttämättä
tee julkaisijan kanssa yhteistyötä

Tekninen toteutus tapahtuu crawlaamalla
julkaisijoiden sivustoja

DATAPISTEIDEN **ÄLYKÄS** HYÖDYNTÄMINEN KONTEKSTUAALISESSA



ESIMERKKI AUTOILUN ÄLYKKÄÄN KONTEKSTUAALISEN KOHDERYHMÄN MUODOSTAMISESTA





MYYTIT = MURRETTU!

1

Uutismedia on mainostajalle turvallinen ympäristö, ja nykyisellään alihyödynnetty sellainen.

2

Uutismedia profiloi tehokkaasti.

Kontekstuaalinen kohdentaminen **osion perusteella** voi olla hyvin toimivaa.

3

Kontekstuaalisen datan tarjoajalla on väliä.

Se, joka **omistaa ja tuottaa sisältöjä**, pystyy tarjoamaan monipuolista, laadukasta kontekstuaalista kohdentamista.

ALMA