

MEDIATOIMISTOJEN DOOH SUOSITUKSET JULKAISIJOILLE 2025

DOOH-suunnittelijat kohtaavat arjessa haasteita, kuten yhtenäisten toimintatapojen puute hinnoittelussa, varauskäytännöissä ja mainosloupeissa sekä vertailtavuuden vaikeus ja aikataulupaineet.

IAB:n DOOH-työryhmä on laatinut suositukset siitä, mitä tietoja tarjouksista olisi hyvä löytyä. Suositusten tarkoituksena on helpottaa suunnittelijoiden työtä, vähentää sähköpostiliikennettä ja edistää yhteisten standardien vakiinnuttamista, hyödyttäen kaikkia osapuolia.

Nämä ovat nimensä mukaisesti suosituksia, joten odotuksena ei ole kaikkien toteutuminen vaan se, että ne otetaan huomioon ja toteutetaan jokaisen yrityksen kyvykkyyksien mukaan.

Terveisin

IAB Finland DOOH-työryhmä

SUOSITUKSET TARJOUKSIIN PRIORITEETTIJÄRJESTYKSESSÄ:

Kampanjan brutto- ja nettohinta sekä alennukset

- Mediatoimistoalennus ja muut alennukset eriteltyinä sekä selkeästi nimettyinä.
- Lisät kuten ahk tai laskutuslisä eriteltyinä ja selkeästi näkyvissä.

Pinta- ja kaupunkimäärä

- Kuinka monta pintaa kampanjassa on?
- Kuinka monessa eri kaupungissa pinnat ovat? Kaupunkien lukumäärä yhteensä tärkeä, jotta sitä ei joudu itse laskemaan.
- Missä ympäristöissä pinnat sijaitsevat, jos samassa tarjouksessa pintoja useammasta eri ympäristöstä?

Kontaktiluvut

- Tieto onko käytössä OTC vai jokin muu metriikka
- Ovatko kontaktit kampanja-ajalle aika-, päivänosa- ja muut kohdennukset huomioituna? Vai onko kontaktit laskettu niin, että kohdennuksia ei ole huomioitu?

Luupin pituus

- Kuinka pitkä mainosluuppi on?
- Mikä on yhden spotin SOT/SOV?
- Jos luupin pituuksia on useita niin koonti riittää, ei tarvitse eritellä jokaista pintaa.

SUOSITUKSET TARJOUKSIIN PRIORITEETTIJÄRJESTYKSESSÄ:

Näyttökertamäärät

- Kuinka monta kertaa spotti toistuu kampanjan aikana?
- Jos raportissa kerrotaan näyttökertamäärät, pitäisi ne löytyä myös tarjoukselta.

Materiaalitarpeet

- Mitkä ovat aineistokoot ja spottipituudet?
- Ei tarvitse listata jokaista pintaa erikseen vaan kooste tarvittavista koista ja spottipituuksista riittää.
- Mikä on aineistojen DL?

Varausmahdollisuus ja aikataulu

- Varataanko tarjouksessa olevat pinnat automaattisesti alustavasti vai pitääkö pyytää erikseen? Onko alustava varaaminen edes mahdollista?
 - Jos varataan alustavasti, kuinka pitkään pinnat pysyvät varattuina ja tuleeko ilmoitus kun varaus raukeaa vai pitääkö suunnittelijan muistaa? Toiveena muistutus, kun varaus raukeaa.
 - Käytännössä tässä on kolme vaihtoehtoa: 1. pinnat laitetaan aina alustavaan varaukseen esim. 2 viikoksi tai muuksi ajaksi, 2. Alustava varaus tapauskohtaisesti pyydettäessä ja siinä rajoituksia, 3. ei varata alustavasti.

SUOSITUKSET TARJOUKSIIN PRIORITEETTIJÄRJESTYKSESSÄ:

Inventaaritilanne

- Onko kampanja mahdollinen toteuttaa tarjouksen mukaisesti kysyttynä ajankohtana? Eli onhan saatavuus tarkistettu tarjouksen teon hetkellä?
- Miltä inventaaritilanne näyttää tarjouksessa olevien pintojen kohdalla? Onko kiire vahvistuksen kanssa, jotta tila ei lopu kesken? Tässä voi hyödyntää esimerkiksi ns. liikennevalomallia.

Valokuvausmahdollisuus

- Sisältyykö valokuvat tai upotuskuvat automaattisesti vai pitääkö erikseen pyytää/sopia?
- Maksaako valokuvaus ja kuinka paljon?

Kopiointimahdollisuus

- Tiedot olisi hyvä toimittaa sellaisessa muodossa, että tiedot on helppo kopioida.
- Tarjouksen ulkonäkö ei ole tärkeä, koska tiedot useimmiten kopioidaan muihin pohjiin.