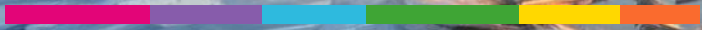


HybridiTV case esimerkkejä



HybridiTV eli Connected TV

- Katsoja pääsee käyttämään Hybridi-TV-palveluita **KAUKOSÄÄTIMEN VÄRINAPPEJA** painamalla tai vaihtamalla vain kanavaa.
- Kaikissa uusimmissa televisiomalleissa on HybridiTV-valmius
 - n. 95 % myytävistä televisioista äly-tv-malleja = HybridiTV



TV

- Suuret yhtäaikaiset kohderyhmät
- Pitää katsojan pidemmän aikaa otteessaan



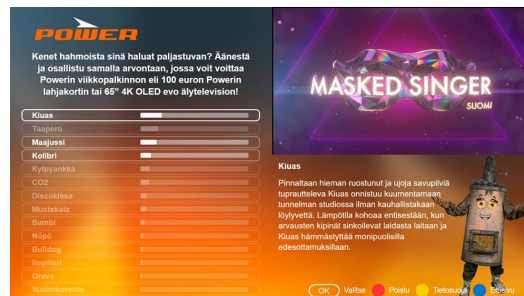
NETTI

- Kohdennettavuus
- Tarkka seurattavuus
- Mainonta
- Videokirjastot

2 MAINONNAN KONSEPTIA

OHJELMAYHTEISTYÖ

- Ohjelmassa/kanavalla
- Erikoisratkaisu
- **Räätälöidään tuotannon kanssa**
- **Aktivoiva**
- **Osallistava**
- **Huomiota herättävä**



SWITCH-IN

- Kanavan vaihdossa
- Nopea
- **Vakiomuotoinen**
- **Yllättävä**
- **Huomiota herättävä**
- **Aktivoiva**
- **Osallistava**





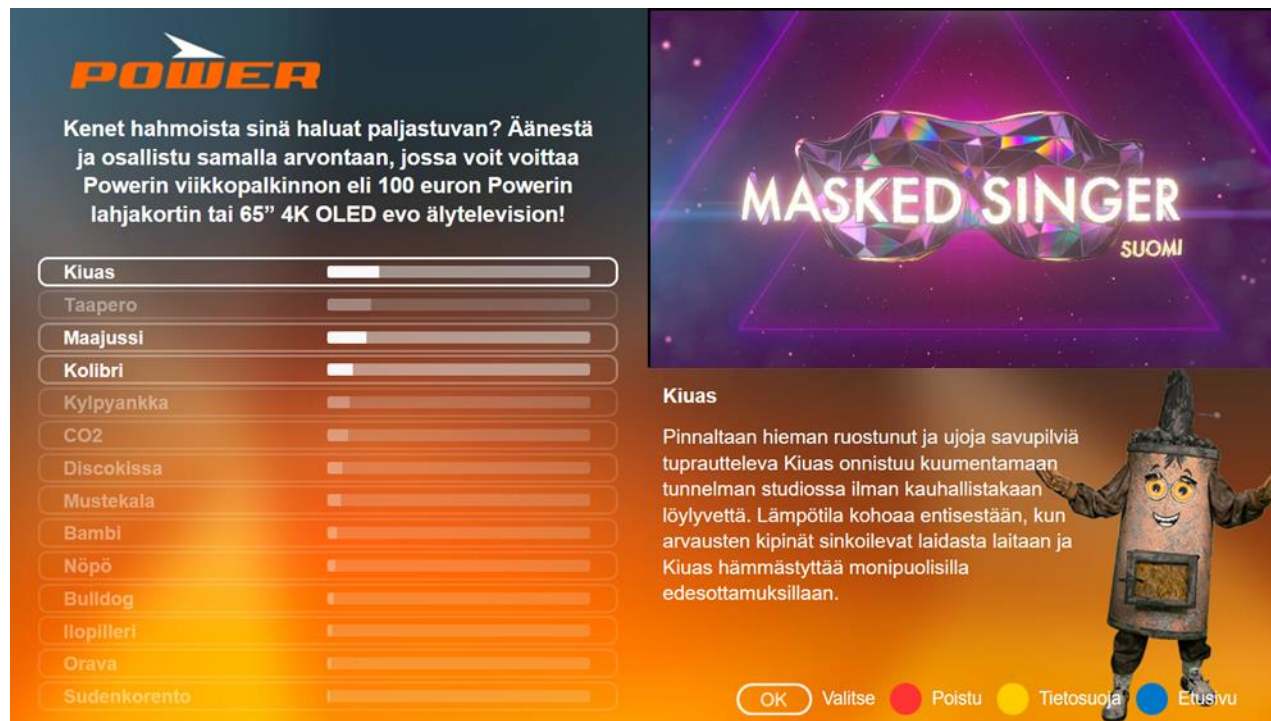
Ohjelmayhteistyö, eli OHY

Case MTV: Masked Singer ja Power

Arvontaan osallistuttiin TV:n kaukosäätimellä:

- Arvontaan osallistuttiin **yhteensä n. 80 000** puhelinnumerollanumerolla
- Keskiarvo **jaksoa kohti oli n. 7 000 uniikkia** osallistumista
- Finaalin ensiesityksessä arvontaan osallistuttiin **n. 13 000 uniikilla** puhelinnumerolla

Uniikkeja numeroita **yhteensä n. 48 000 kpl** tuotantokauden aikana (arvontaan oli mahdollista osallistua yhden kerran viikossa).



POWER

Kenet hahmoista sinä haluat paljastuvan? Äänestä ja osallistu samalla arvontaan, jossa voit voittaa Powerin viikkopalkinnon eli 100 euron Powerin lahjakortin tai 65" 4K OLED evo älytelevision!

Kiuas	████████████████████
Taapero	████████████████
Maajussi	████████████████████
Kolibri	████████████████████
Kylpyankka	████████████████
CO2	████████████████
Discokissa	████████████████
Mustekala	████████████████
Bambi	████████████████
Nöpö	████████████████
Bulldog	████████████████
Ilopilleri	████████████████
Orava	████████████████
Sudenkorento	████████████████

MASKED SINGER
SUOMI

Kiuas

Pinnaltaan hieman ruostunut ja ujoja savupilviä tuprautteleva Kiuas onnistuu kuumentamaan tunnelman studiossa ilman kauhallistakaan löylyvettä. Lämpötila kohoaa entisestään, kun arvausten kipinät sinkoilevat laidasta laitaan ja Kiuas hämmästyttää monipuolisilla edesottamuksillaan.

OK Valitse Poistu Tietosuoja Etusivu

18.4.2024

Julkinen



DIGITA

Switch-IN

Broadcasting



Mikä on TV:n Switch-IN konsepti?

- Mainospintana TV:n ohjelmasisältö kanavan vaihdon yhteydessä.
- Digita, Sanoma sekä MTV ovat yhdessä tuotteistaneet HybridiTV ympäristöön mainoskonseptin TV:n kanavan vaihdon yhteyteen.
- Sanoma ja MTV tarjoaa lineaari-TV-kanavillaan Switch-IN kampanjoita.
 - Kampanjassa määritellään haluttu näyttömäärä, kesto ja mahdolliset kohdennukset

SWITCH-IN ON OHITTAMATON MAINOSPAIKKA (Display)

Katsoja vaihtaa kanavaa



Kun katsoja tulee kanavalle
aktivoituu kampanja TV-
ruudulle 10s: ajaksi.



SWITCH-IN ON OHITTAMATON MAINOSPAIKKA VUOROVAIKUTTEINEN (Display + Aktivointi)

Katsoja vaihtaa kanavaa



Kun katsoja tulee kanavalle
aktivoituu kampanja TV-ruudulle
10s:n ajaksi, aktivointi
kaukosäätimen keltaisella napilla.



Katsojalle avautuu QR-koodi
linkitys halutulle sivustolle tai
kampanjaländärrille.
Näkymä poistuu katsojan
painamalla punaista nappia.



Case Sanoma: Pluto TV Switch-IN kampanja

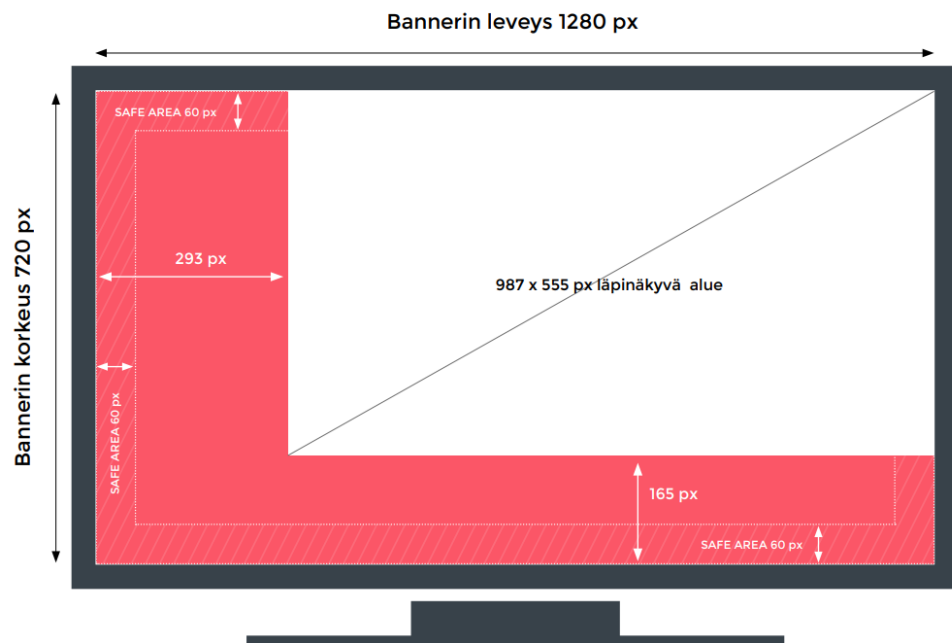
- Kampanjassa ajettiin noin 2M mainosnäyttöä Sanoman kanavilla kahden viikon aikana
- Kampanja tavoitti noin 0,5M TV:tä eli noin 1M silmäparia.
- Click Rate / TV 1,8 %
(keltaisen napin painallus)



The banner features a collage of content on the left, including a group of people and cartoon characters like South Park. On the right, a group of medical professionals in white coats is shown with the word 'SYKE' overlaid in large white letters. At the bottom, the Pluto TV logo is on the left with the tagline 'Suosikkisi omilla kanavillaan.' In the center, it says 'katso ilmaiseksi' and 'paina kaukosäätimen keltaista nappia' next to a remote control with a yellow button highlighted. On the far right is the Ruutu logo.

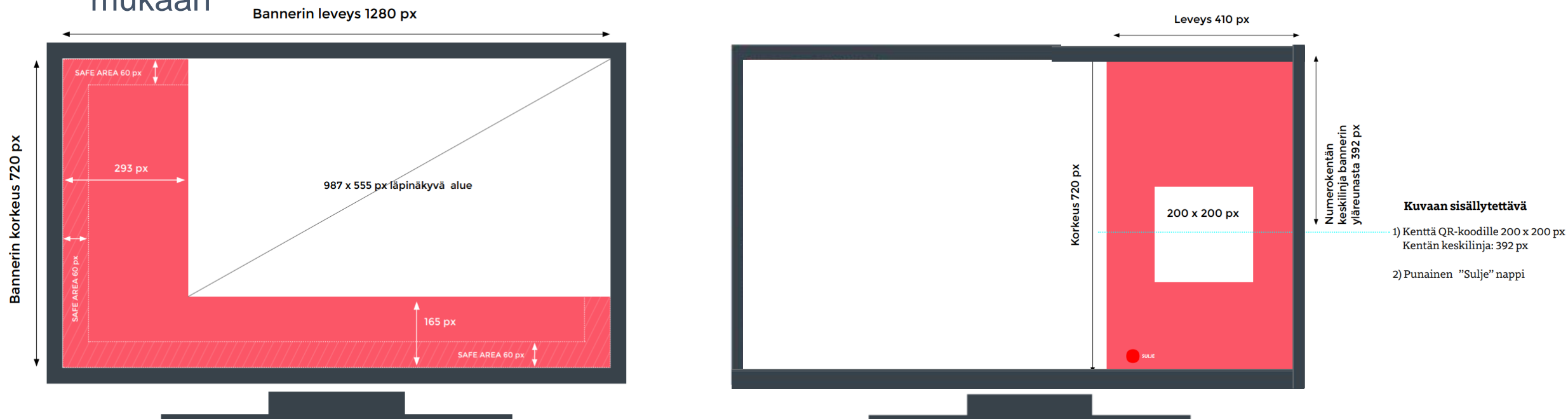
Switch-IN-mainonnan aineisto-ohje (Display)

- Tarvitset vain PNG kuvan, oheisen speksin mukaan



Switch-IN-mainonnan aineisto-ohje (Display + aktivointi)

- Tarvitset vain lisäksi PNG aktivointikuvan aktivointiukuvan oheisen speksin mukaan



Switch-IN konseptin edut mainostajalle

- HybridiTV yhdistää perinteisen television ja digitaalisen markkinoinnin edut, mainoskampanjoita voidaan suunnitella perinteisen television lineaarikanaville ja saada **digimainonnan mitattavuus**.
- Kohdennettavuus ohjelmasisältöön (kohderyhmäkohdennus) sekä alueellinen kohdentaminen esim. pääkaupunkiseutu, Pirkanmaa jne.
- **Ainutlaatuinen huomioarvo ja sijoittelu**
- Kanavanvaihto hetki on aktiivinen tapahtuma, **katse ja huomioarvo TV-ruudulla**.
- Kanavanvaihtomainokset näkyvät ilman kilpailua muiden mainosten kanssa, jolloin brändi saa enemmän näkyvyyttä ja muistettavuutta.
- **Kevyt tuotanto, vain kuva tai kaksi 😊**

Switch-IN konseptin yhdistäminen spottimainontaan

- Switch-IN mainontaa voi ajatella tukemaan ja tehostamaan spottimainontaa



Switch-IN, spotti-kampanjan keston ajan

- X näyttöä lineaari-TV-kampanjan keston ajan
- Esim. 2 viikon kelluva kampanja, näyttömäärä 1M, toisto noin 2 näyttöä/päätelaite/päivä



Switch-IN kampanja tehostamaan spotti kampanjan starttia

- Switch-IN tehoste 2 ensimmäistä lineaari TV-kampanjan päivää
 - Esim. kahden päivän kelluva kampanja, näyttömäärä 1M näyttöä, toisto 5 näyttöä/päätelaite/päivä.



Switch-IN spotti kampanjoiden välissä

- Switch-in-kampanja lineaari TV-kampanjan välissä jotta näkyvyys ei katoa.
- Matalampi toisto, pidempi kampanja
 - Esim. kesto 5 viikkoa, näyttömäärä 1M, toisto 1 näyttö/päivä/päätelaite



Kiitos!

Jani Karhu

p. 040 848 2906

jari.karhu@digita.fi

Jani Saari

p. 040 742 1491

jani.saari@digita.fi

