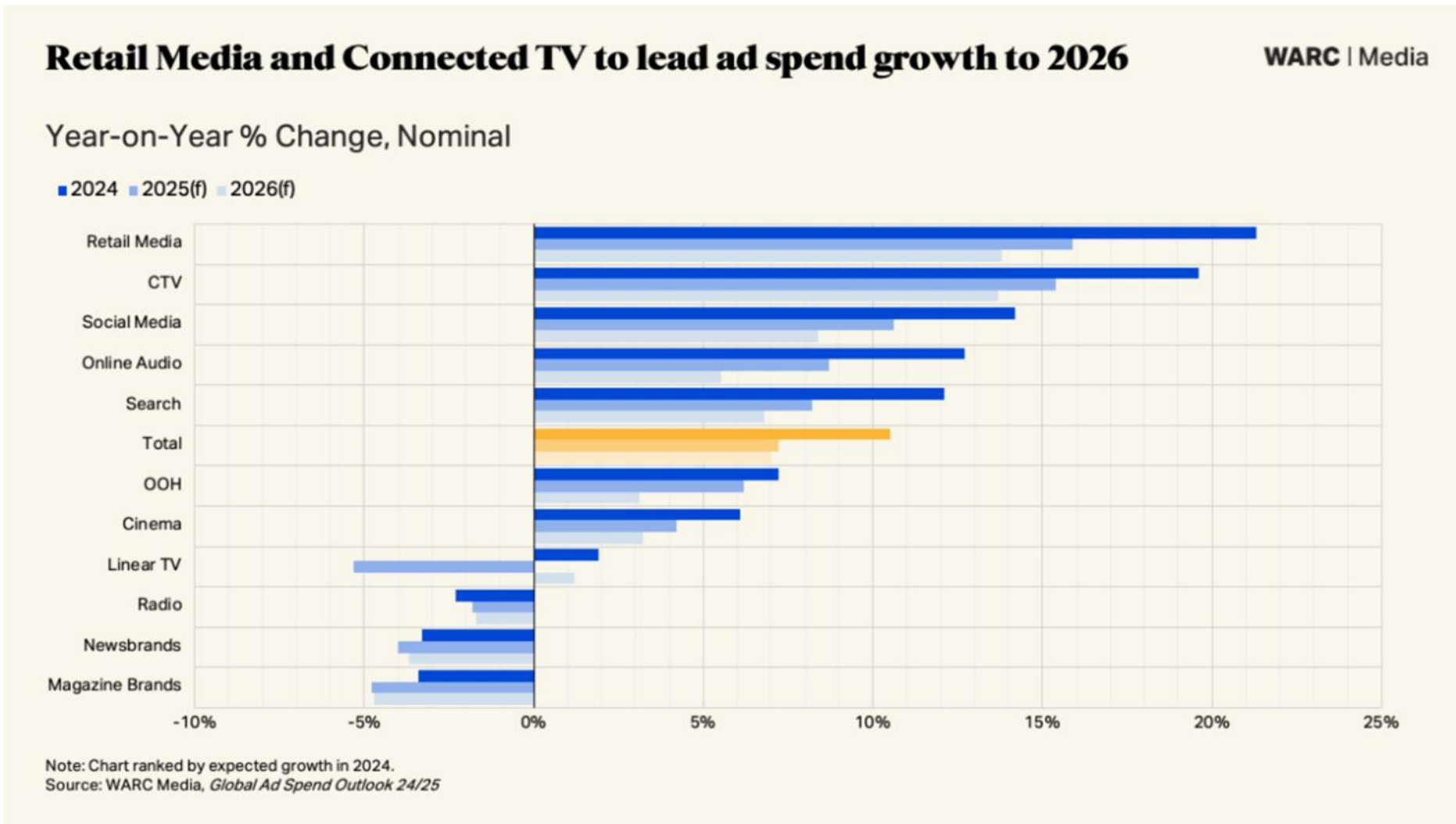


# LIKKUVAN KUVAN MERKITYS BRÄNDEILLE TULEVAISUUDESSA

Teemu Suutari / Senior Advisor OMD Finland

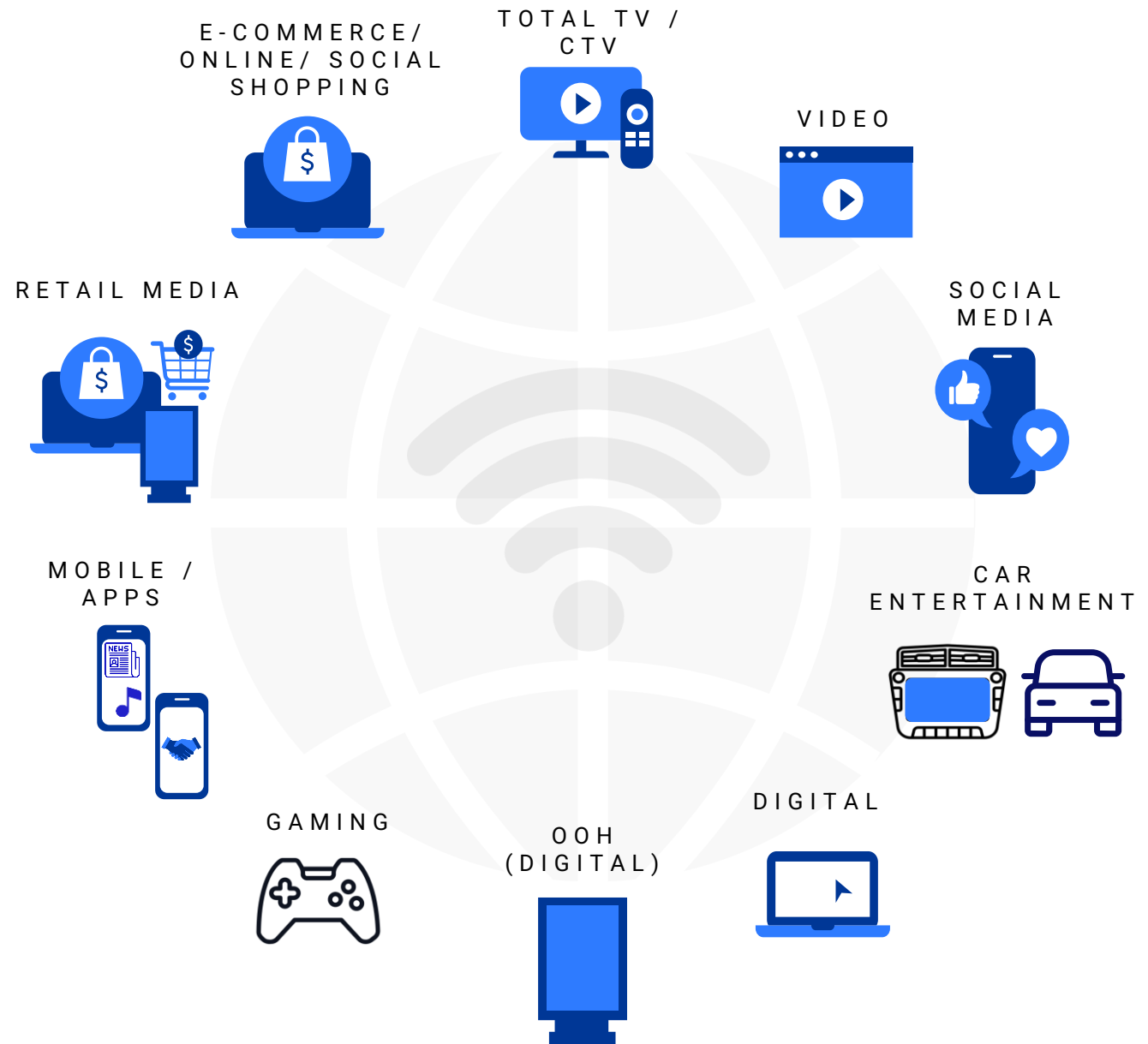


# CTV:LLE ENNUSTETAAN EUROOPAN TASOLLA HUIMAA KASVUVAUHTIA



# NÄYTTÖJEN “EKOSYSTEEMI”

- Elämme näyttöjen maailmassa ja pääsääntöisesti median ja sisältöjen kulutus tapahtuu niiden kautta
- Yhdistävänä tekijänä, se että olemme kaikki verkossa – “connected”



MIKSI CTV ON TULEVAISUUDESSA MERKITYKSELLINEN

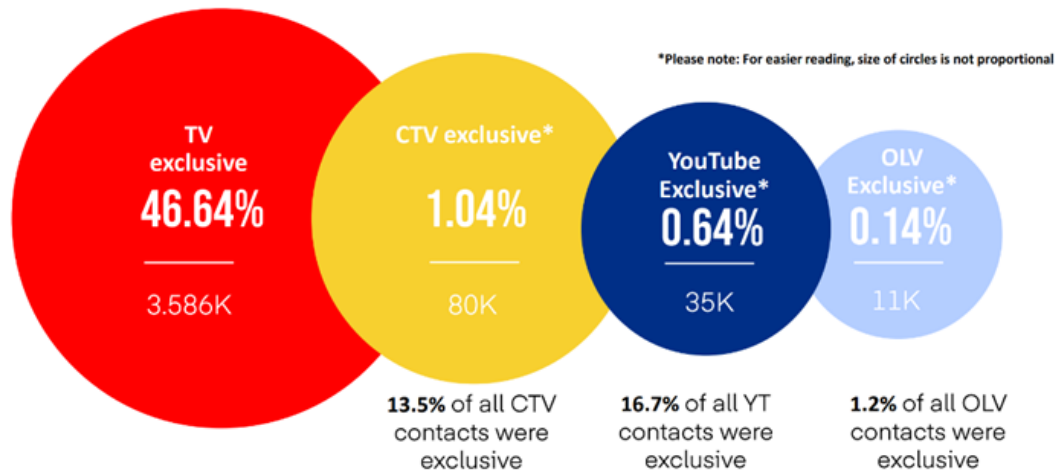
# TAVOITTAVUUS

# CASE: PAREMPI TAVOITTAUUS CTV AVULLA

- Kokonaistavoittavuus pystyttiin nostamaan 44%, kun yksinään lineaarinen TV tavoittavuus olisi ollut vain 36%
- Digitaaliset kanavat kuten CTV ja YouTube toivat inkrementaalista peittoa, mutta myös paransivat huomioarvoa

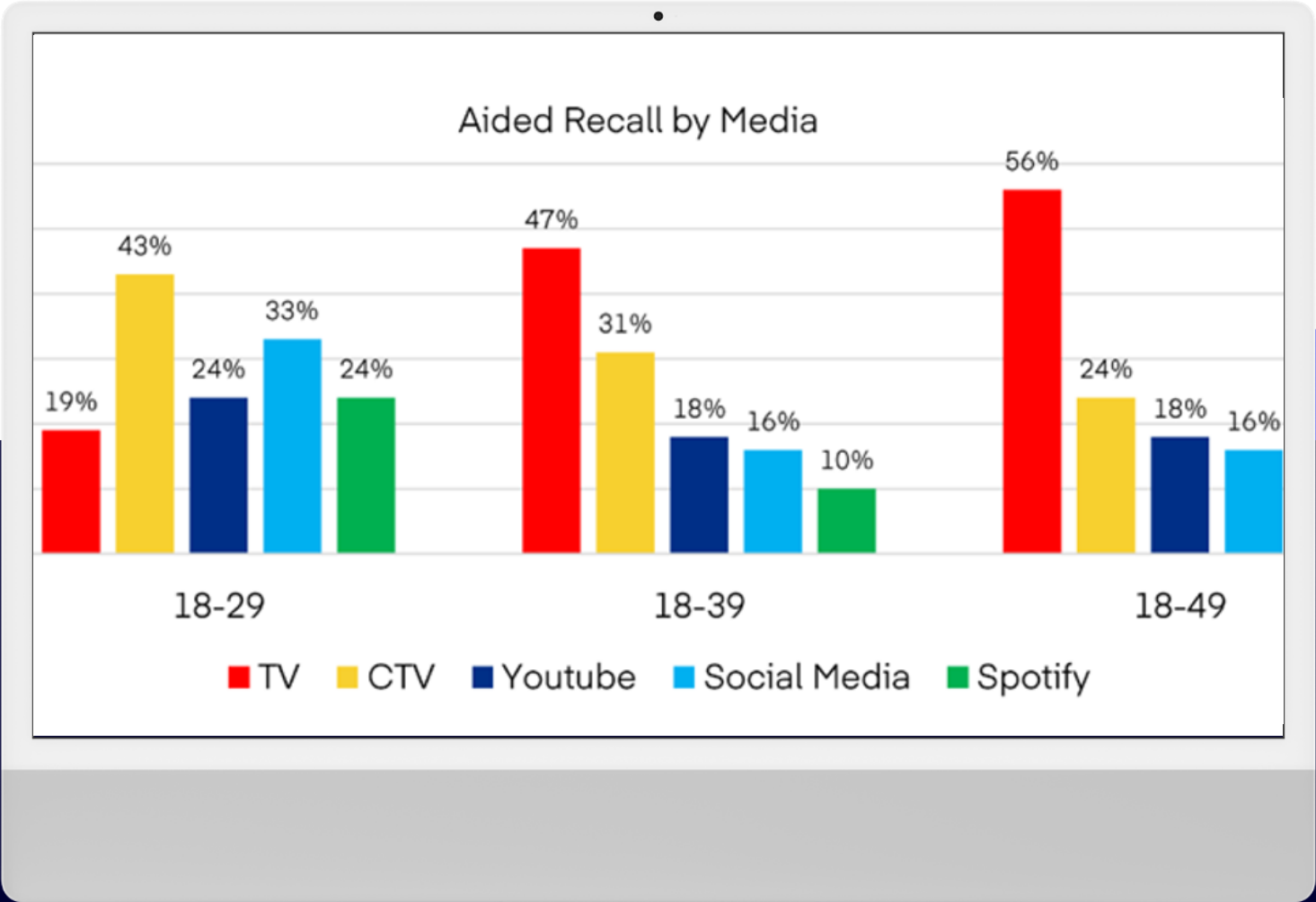
## DIGITAL CHANNELS GENERATE INCREMENTALITY

CTV provides the higher exclusivity when TV & YouTube contact occurred



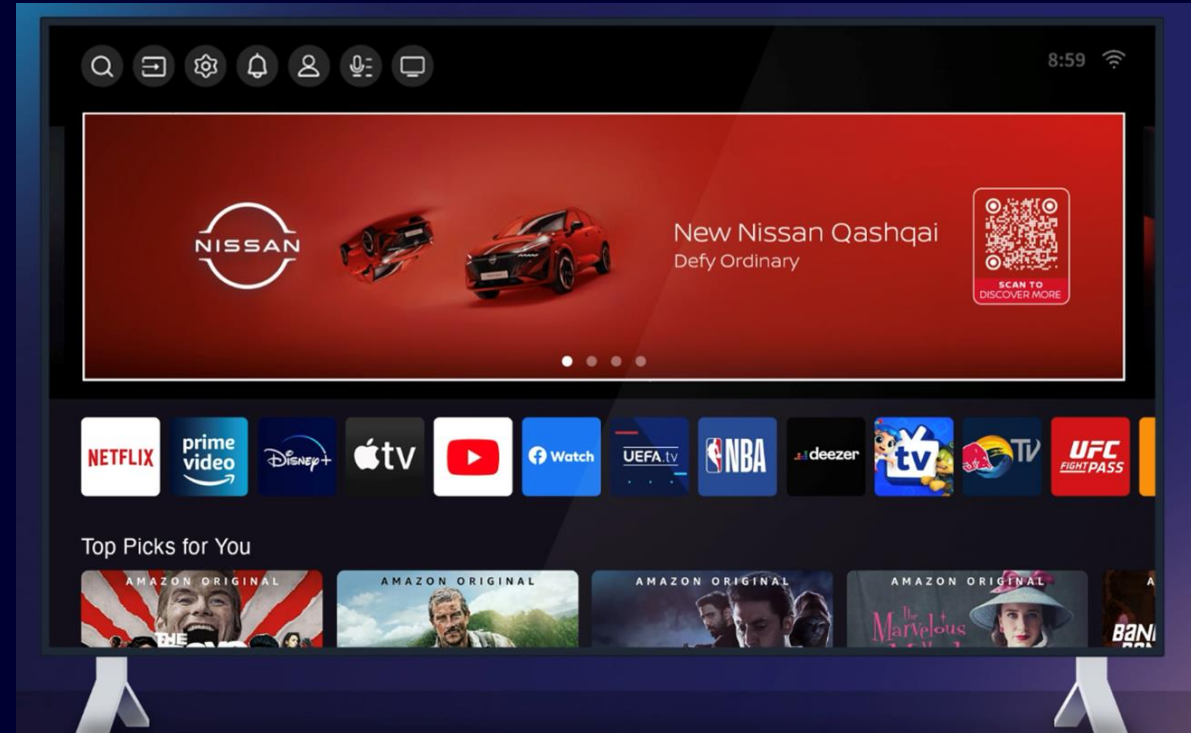
MIKSI CTV ON TULEVAISUUDESSA MERKITYKSELLINEN

# HUOMIOARVO



# CASE NISSAN: HUOMIOARVOA SISÄLLÖILLE

- Nissan huomioarvoa pystyttiin nostamaan entisestään CTV toteutuksen kautta
- Loppuunkatselut hieman korkeampin kuin esim. ohjelmallisesti ostetulla videolla



Impressions



Reach



VCR %



# HUOMIOITAVAA TULEVAAN

01

## FREKVENSSI



Aseta rajat toistolle huomioiden  
kanava kuluttajan ostopolulla

02

## TAVOITTEET & MEDIAROOLIT



Mieti kanavien ja viestien rooleja  
eri hetkissä ja kuluttajan  
ostopolulla – *toiston kontrollointi*  
*käyttämällä eri viestejä*

03

## MITTAAMINEN & SEURANTA



Seuraa tavoitavuuden,  
vaikuttavuuden ja tehokkuuden  
kehitystä – opi & optimoi

The background is a dark navy blue with several large, overlapping, semi-transparent shapes in bright colors: a red circle in the top left, a blue circle in the middle left, a yellow semi-circle at the bottom center, and a red semi-circle at the bottom right. The text is centered in the upper half of the image.

omd

**WE** *Create*  
**WHAT'S NEXT**