

# Suomen mainostajat kärsivät kroonisesta mainoshukasta

adform  
Change the game

# Mistä puhutaan

## Mitattavuus

Attention, mallinnukset, retail median kuittidata

## Luova

AI, tuotannon helpottaminen, massapersonointi



# Peitto ja jakelu?



# Datankäyttö tehokkuuden keskiössä



**Digitaalinen mainonta halutaan  
kohdentaa tarkasti oikeille  
silmäpareille ja ymmärtää sen tuloksia**



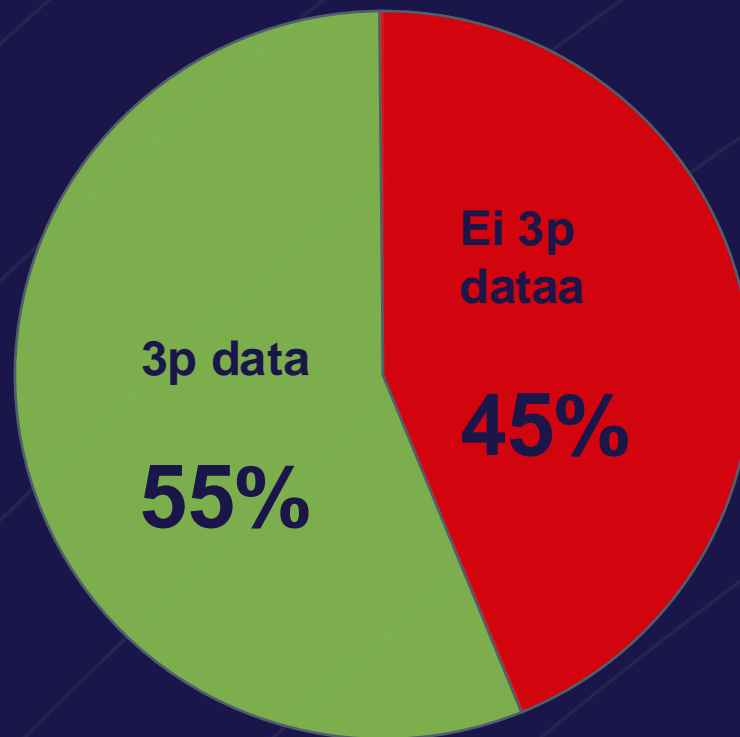
**Peitto valituissa  
kohderyhmissä halutaan  
maksimoida**

# Mutta kun datassa on aukkoja



# Olemme jo vuosia jättäneet osan peitosta hyödyntämättä

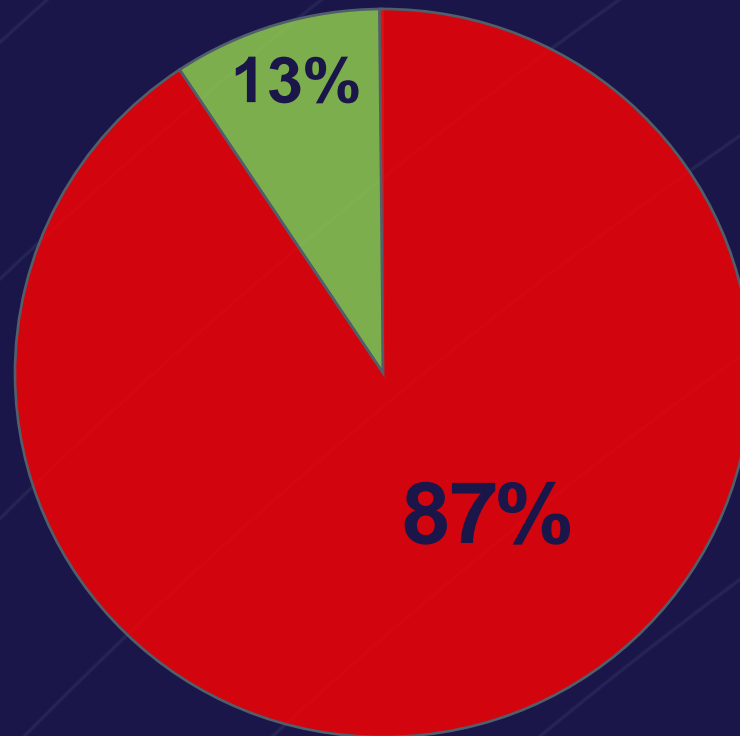
**Kaikki mainostajat kilpailevat tästä**



**Kukaan ei saavuta tätä**

*Ohjelmallisen mainoskutsut Suomesta / 2024 H1*

# Emarketerin ennuste on synkkä



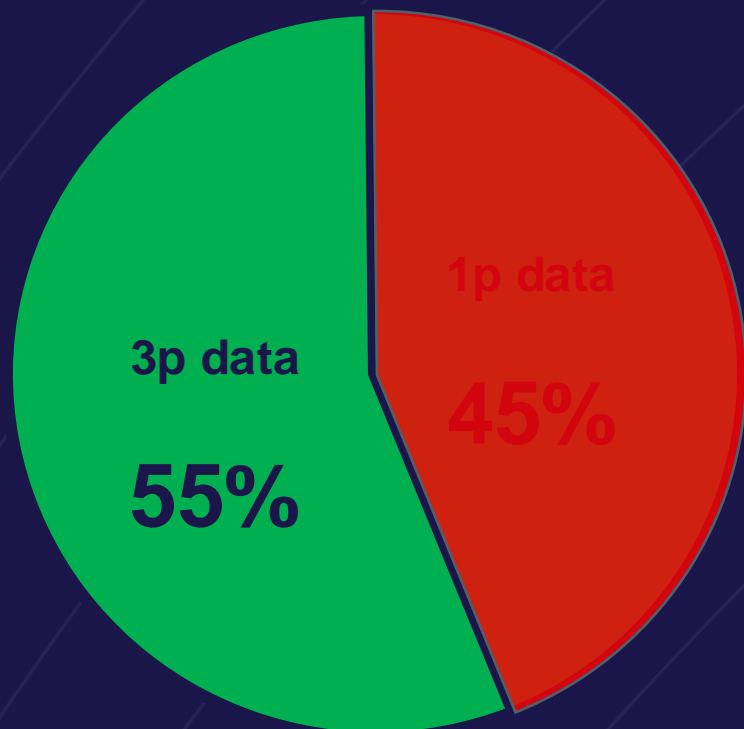
*Evästeiden osuus lähitulevaisuudessa, USA*

**Ylitoistamme mainontaa jatkuvasti  
pienenevälle yleisölle vuodesta toiseen**

**Tätä on mainoshukka**



# ...mutta samaan aikaan mysteeri on jo ratkennut



- 1p datalla voidaan mitata ja jaella mainontaa nyt ja tulevaisuudessa
- Oman 1p datan laajempi hyödyntäminen targetoinnissa
- Peiton laajentaminen, ylitoiston eliminointi
- = mahdollisuus parempiin tuloksiin

# Questions?

Hopefully...

adform

Change the game

**Patrick Laukkonen // Senior Enterprise Sales Manager**

**[Patrick.laukkonen@adform.com](mailto:Patrick.laukkonen@adform.com)**

**+358 400 729 700**