

DIGITAALISEN ULKOMAINONNAN TULEVAISUUS

- Kuinka data muuttaa pelin?

Jenni Heinonen



MISTÄ KAIKKI ALKOI: JCDECAUX'N TARINA



KOHTI DATAPOHJAISTA ULKOMAINONTAA – LYHYT HISTORIIKKI

2010

Ensimmäiset
JCDecaux'n digitaaliset
näytöt Suomessa

2013

Kauppakeskusdigin
lanseeraus

2015

Kaupunkidigin
lanseeraus

2018

Staattiset,
haastattelupohjaiset
yleisödatakortit

2019

Näyttökerta
tunnusluvaksi

Ensimmäinen
ohjelmallisen
ostamisen pilotti

2020

Digitaalisen
ulkomainonnan
automatisoitu
ostaminen

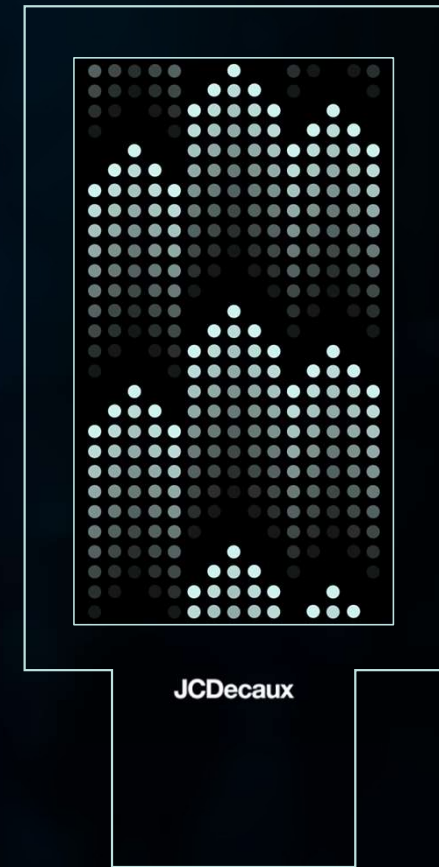
Suorituskykyraportti

Dynaamiset
yleisödatakortit

2021

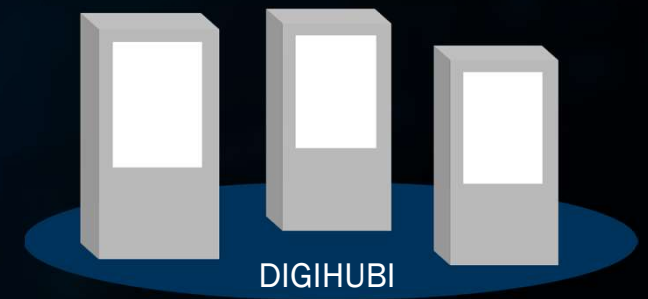
DOOH Impressiot

DIGITAALISUUS NYT



MITÄ ON DIGITAALINEN ULKOMAINONTA?

- Ajan, hetken ja paikan haltuunotto
- Joustavuus, dynaamisuus, modulaarisuus, dataohjautuvuus
- One to many –media
- Massamedia, massakohtentaminen (ei yksilökohtentamista)
- Always On, ohittamaton (ei adblockereita)

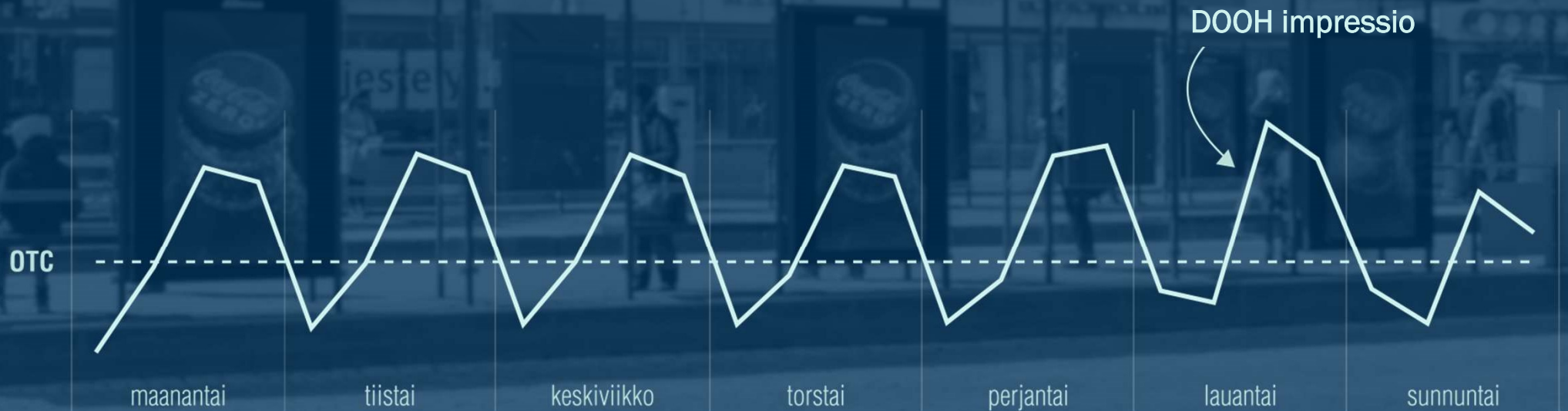


MITÄ DOOH IMPRESSIOT TARKOITTAVAT JA MITÄ HYÖTYJÄ?



DOOH impressio =
digitaalisen ulkomainonnan
datapohjainen kontakti

MITÄ DOOH IMPRESSIOT TARKOITTAVAT JA MITÄ HYÖTYJÄ?



MODULAARISUUS, JOUSTAVUUS JA DATAN HYÖDYNTÄMINEN DIGISSÄ



MODULAARISUUS, JOUSTAVUUS JA DATAN HYÖDYNTÄMINEN DIGISSÄ



DATAN HYÖDYNTÄMINEN ENNEN KAMPANJAA JA KAMPANJAN JÄLKEEN

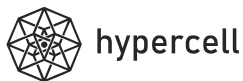
Optimointi

Liikkumisdata

Yleisödata kampanja-suunnittelun tueksi

Optix
(Creative AI työkalu)

Päähteistyökumppanit:



Sitouttaminen

Dynaamiset kampanjat

- Sää
- Ilmanlaatu
- Asiakkaan oma data
- Muut

Päähteistyökumppanit:



Mittaaminen

Suorituskykyraportti

Attest Panel

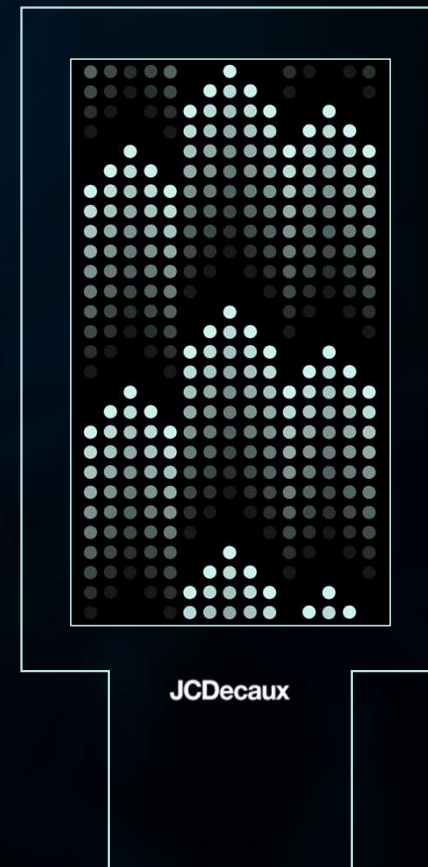
JCD OOHmeasure*

Päähteistyökumppanit:

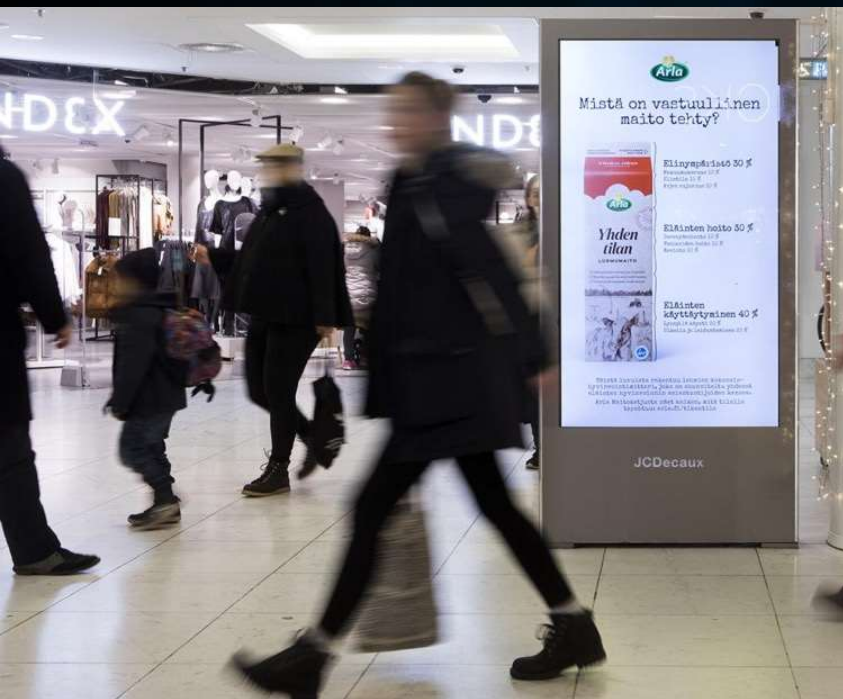


*H2/2022 Suomessa

TULEVAISUUS



- Ohjelmallinen ostaminen
- Reaaliaikainen kampanjan todentaminen & läpinäkyvyys
- Profiilikohtainen ostaminen
- Verkkokauppa
- Hiilijalanjälkilaskuri?



KIITOS

Jenni Heinonen

