

# OUTLINE

Vaivattoman vaikuttavaa



# Outshine yrityksenä

Outshine on kotimainen ulkomainosyhtiö. Tavoitamme suomalaiset valtakunnallisesti keskustoissa, teiden varsilla ja ostopaikkojen läheisyydessä vaikuttavilla digitaalisilla mainosvälineillä. Mainonnan lisäksi palvelemme sisällön ja luovien ratkaisuiden saralla.

3

Pohjoismaiden suurinta digipintaa

+60

Kaupunkia maanlaajuisesti

+700

Vaikuttavaa digipintaa



**OUTSHINE**



# From: Attention To: Action

Huomioarvosta kohti toimenpiteitä

**OUTSHINE**



# Jokainen sekunti merkitsee

Mitä näyttökerrat, OTC- kontaktit ja  
kontaktihinnoittelu eivät meille kerro?

Huomiota herättävä mainonta johtaa  
parempaan muistijälkeen, sitoutumiseen ja ohjaavat  
toimenpiteisiin

Oikeaan aikaan, oikeassa paikassa,  
oikealla viestillä

**OUTSHINE**





# OAAA tutkimusdataa 4/2024

73%

Kertoo pitävänsä ulkomainoksista

80%

Kertoo todennäköisemmin tekevänsä toimenpiteitä, mikäli mainonta on viihdyttävää (luovaa, älykästä tai hauskaa) tai visuaalisesti vetoavaa.

76%

Kertoo tehneensä toimenpiteitä (ostos, etsinyt tietoa, tutustunut verkkosivuihin) nähtyään ulkomainontaa

\* Lähde: OAAA – Out-of-home Advertising Association of America





# Viisi vinkkiä aineistojen optimointiin

1

## Sisältöihin ytimekkyyttä

Huomioi kanavan ja sisällön rooli asiakaspolulla ja kampanjan viestihierarkiassa.

Pidä pääviesti selkeänä, lyhyenä ja tavoitteeseen ohjaavan

2

## Brändi näkyväksi

Sisällöt ohitetaan digissä nopeasti.

Varmista, että jätät brändistäsi muistijäljen nostamalla sen heti sisällön alkuun

3

## Kuvasuhde

Käyttämällä mainospaikalle optimaalista kuvasuhdetta, voidaan luoda mahdollisimman näkyvä, näytön pinta-alaa laajasti käyttävä sisältö

4

## Kerronta videosisällössä

Käännä TV-spotin tarinankerronta toisin päin ja tuo pääviesti tai mainostettava tuote videon alkuun.

5

## Videosisällöt kulutettavaksi ilman ääniä

Luo videoihin tekstitykset, sisällytä niihin tekstinostoja tai suunnittele sisällöt niin, että viesti tulee selväksi visuaalisin keinoin.

**OUTSHINE**

lähde:

**DAGMAR**



# 1 Sisältöihin ytimekkyyttä

Huomioi kanavan  
ja sisällön rooli  
asiakaspolulla ja  
kampanjan  
viestihierarkiassa.

Pidä pääviesti  
selkeänä, lyhyenä  
ja tavoitteeseen  
ohjaavana

3KAVERIA  
LIMITED EDITION!  
PUMPKIN SPICE

3

OUTSHINE

# OUTSHINE



TUNNE  
JOKA KESTÄÄ  
KANSIAN SOM VARAR

ODDY-GOOD

BARISTA  
KAHVIN BARAS  
KAVERI?

VIMMATUN VAARISOITUVA  
KOTIMAINEN KAURA

OUTSHINE

## 2 Brändi näkyväksi

Sisällöt ohitetaan  
digissä nopeasti.

Varmista, että jätät  
brändistäsi  
muistijäljen  
nostamalla sen heti  
sisällön alkuun

**OUTSHINE**



### 3 Kuvasuhde

Käyttämällä mainospaikalle optimaalista kuvasuhdetta, voidaan luoda mahdollisimman näkyvä, näytön pinta-alaa laajasti käyttävä sisältö

**OUTSHINE**



## 4 Kerronta videosisällössä

Käännä TV-spotin  
tarinankerronta toisin  
päin ja tuo pääviesti  
tai mainostettava  
tuote videon alkuun.

KARPPI

On jännää

PASILA

ja on hyvin jännää

On mistä valita  
yle AREENA  
Sarjat, podcastit, suorat

OUTLINE



Foodora

Koodi: **KAIKILLE**

**5€ alennus**  
haluamaasi ravintolaan

OUTSHINE

## 5 Videosisältö kulutettavaksi ilman ääniä

Luo videoihin tekstitykset, sisällytä niihin tekstinostoja tai suunnittele sisällöt niin, että viesti tulee selväksi visuaalisin keinoin.

**OUTSHINE**



# Kiitos!

Kehitysjohtaja

Aapo Koro

050 545 3085

[aapo.koro@outshine.fi](mailto:aapo.koro@outshine.fi)

Kaupallinen johtaja

Tommi Fäldt

050 388 0820

[tommi.faldt@outshine.fi](mailto:tommi.faldt@outshine.fi)

**OUTSHINE**