

Miten digimainonnasta tehdään vaikuttavampaa?

IAB Resepti vaikuttavampaan digimainontaan -seminaari

11.9.2024

Ilari Ahtola

Head of Digital



DAGMAR



TUTKIMUS &
STRATEGIA



LUOVA & MEDIA



ANALYTIKKA

Suomen **200+** kovinta mainonnan ja markkinoinnin ammattilaista, yhden katon alla

Saumaton yhteistyö ja kattavat palvelumme takaavat sinulle tehokkaan ja jatkuvasti kehittyvän markkinoinnin. Meiltä saat markkinointi-investoinnillesi parhaan mahdollisen tuoton.



Mitä vaikuttavuus on?

Mitattu mainonnan vaikutus lyhyen ja pitkän tähtäimen liiketoimintaan



Mihin vaikutetaan?

Liiketoiminta- tavoitteet

=

Saavuttaa
1 milj. € myyntiä

Markkinoinnin strategiset tavoitteet

=

Kasvattaa harkintaa
”miehet 25-44v”
kohderyhmässä
18 prosentista
23 prosenttiin vuoden
2024 loppuun mennessä

Taktiset tavoitteet

=

Reach, frequency,
huomioarvo,
konversio, ROAS
jne.

Kehen vaikutetaan?

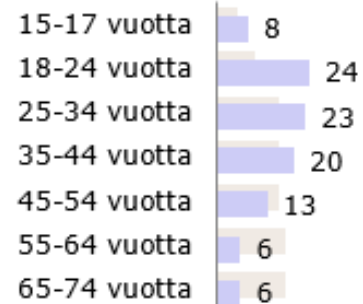
Luo vaikutus oikeassa kohderyhmässä



56 %

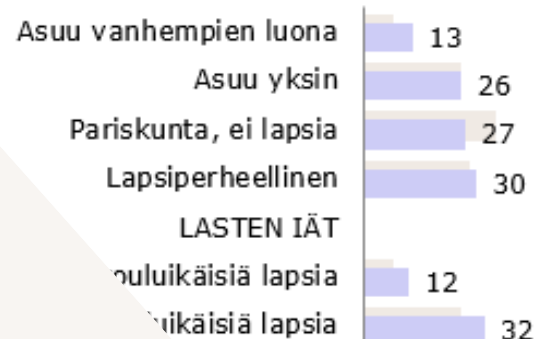


44 %



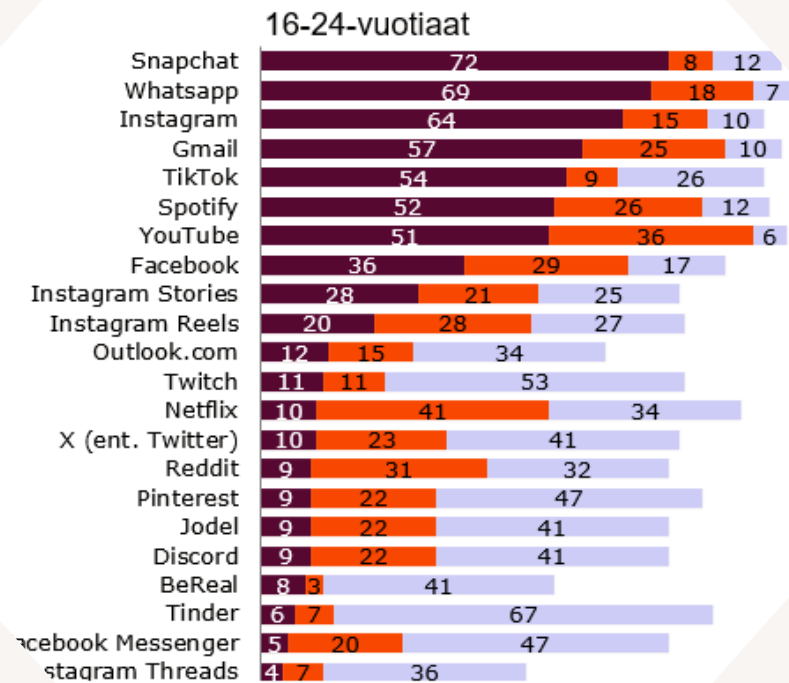
■ Pääryhmä: 15-74-vuotias väestö est. 3 704 000

■ Kohderyhmä: Kategorian viikoittaiset käyttäjät est. 626 000, 17 %



Missä ja miten vaikutus luodaan?

Vaikuta oikeissa kohtaamispisteissä





**Miksi digimainontaan
kannattaa panostaa?**

**Digimainonnan osuus on
keskimäärin 57 %
mediainvestoinneista**

**50% mainonnan vaikuttavuudesta selittyy
medialla (mediavalinnat ja budjetti).**

**Toinen puoli selittyy muilla tekijöillä, kuten
luovalla sisällöllä tai brändin asemalla.**



Viisi vinkkiä aineistojen optimointiin

1

Sisältöihin ytimekkyyttä

Huomio kanavan ja sisällön rooli asiakaspolulla ja kampanjan viestihierarkiassa.

Pidä pääviesti selkeänä, lyhyenä ja tavoitteeseen ohjaavana.

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

Kuluttaja selaa somen virtaa nopealla tahdilla.

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

5

Videosisällöt kulutettavaksi ilman ääniä

Somea kulutetaan usein ilman ääniä.

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

Muista konseptin esitestaaminen

- **Miten haluttu viesti välittyy?**
- **Miten mainonta koetaan?**
- **Millaista mielikuvaa mainonta välittää?**
- **Miten mainonta aktivoi ja lisää kiinnostusta?**



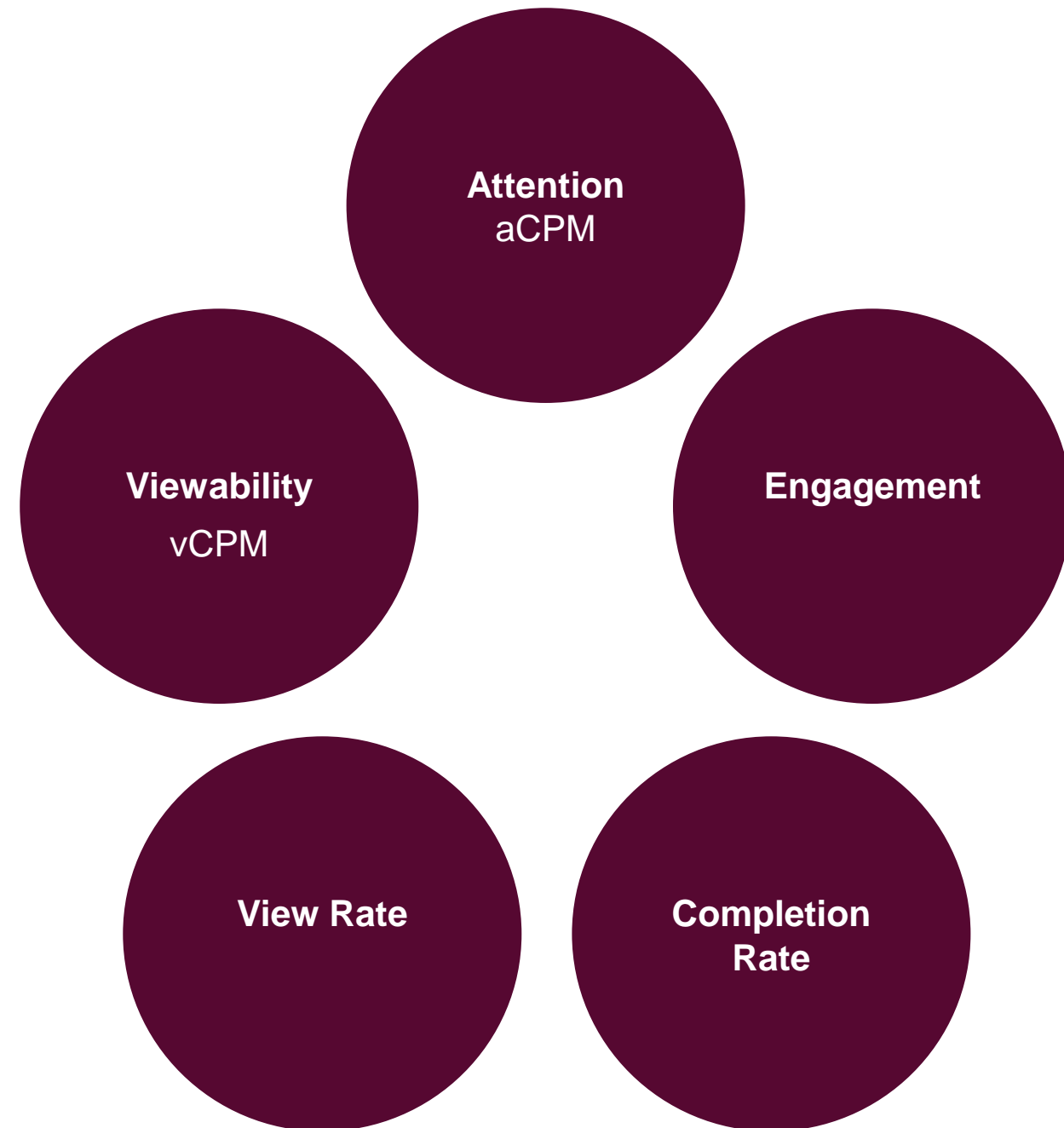
Miten vaikuttavuus todennetaan?

**Mainonta pitää huomata,
jotta sillä on vaikutus.**

**Voittajia ovat ne, joilla on parhaat
kyvykkyydet mitata markkinoinnin
tuloksellisuutta.**

Operatiivinen mittaristo

kertoo digimainonnalle
altistumisesta



Kampanjatutkimus

selvittää kampanjan
toimivuuden



Kampanjan
**mediakohtaiset
huomioarvot**
sekä **kampanjan
kokonaishuomioarvo.**



Mainonnasta
välittyvät viestit:
varmistetaan että
mainonta rakentaa
brändiä toivottuun
suuntaan.



Kampanjan **toimivuus
kohderyhmässä:**
puhutteleeko
mainonta.



Mainonnan **kyky
aktivoida** sekä kyky
herättää kiinnostusta
brändiä kohtaan.

Brand Tracking
selvittää markkinoinnin
vaikutuksen brändin pitkän
aikavälin kehitykseen

Tunnetuus

Top-of-Mind

Harkinta

Mielikuva
brändistä

ROMI-mallinnus

mittaa markkinoinnin vaikutuksen myyntiin

Hyöty avattuna

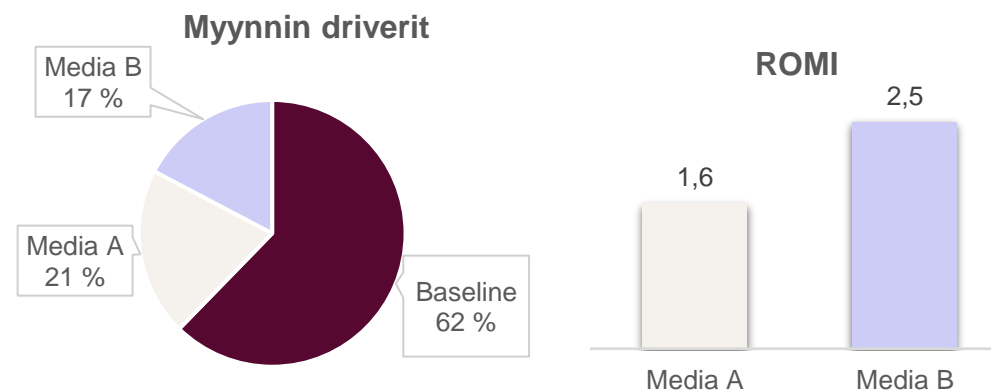
Mallinnus kertoo markkinoinnin toimenpiteiden vaikutuksen liiketoimintaan.

Toimenpiteiden tehokkuuden vertailtavuus mahdollistaa markkinointi-investointien optimoinnin.

Asiakkaiden saavuttamia tuloksia

+30% Parempi markkinoinnin tehokkuus

Keskimääräinen tulos Dagmarin asiakkailleen tekemissä jatkuvissa myynnin mallinnoissa ensimmäisen vuoden aikana.



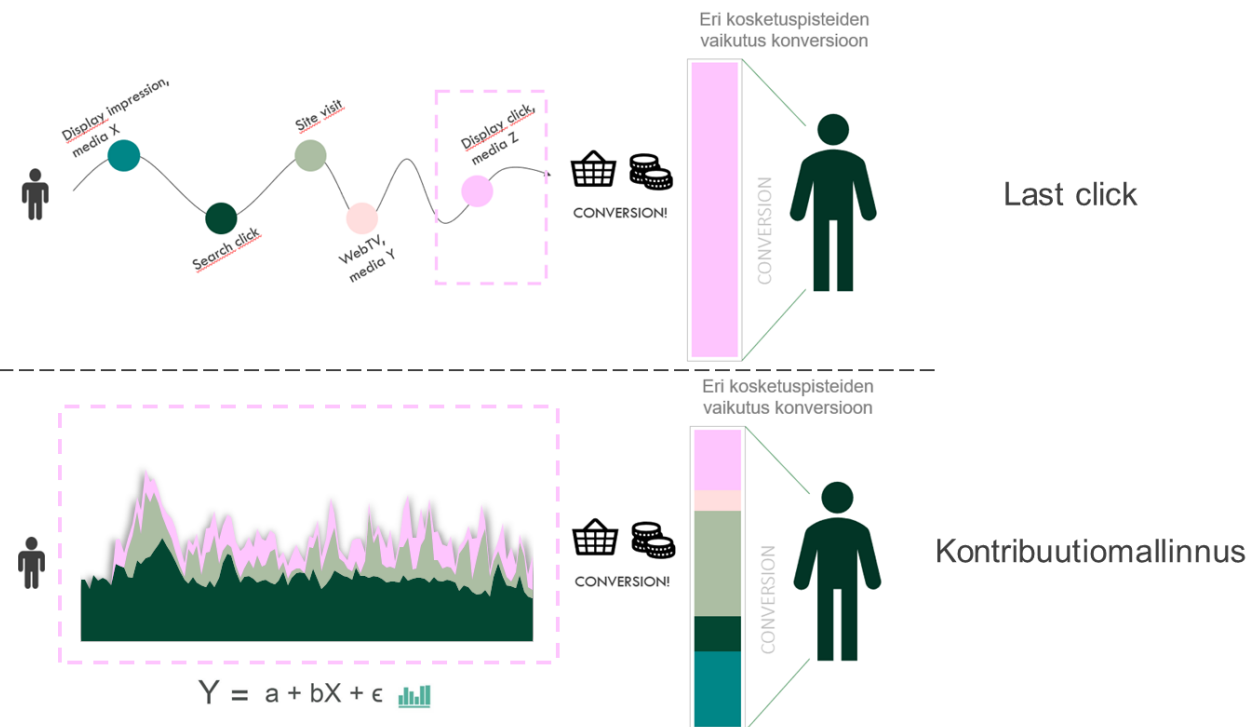
$$ROMI = \frac{\text{Median tuottama lisämyynti}}{\text{Mediainvestoinnit}}$$

Kontribuutiomallinnus

mittaa digitaalisen mainonnan tehokkuuden ilman kolmannen osapuolen evästeitä

Mitä tietoa kontribuutiomallinnuksella saadaan?

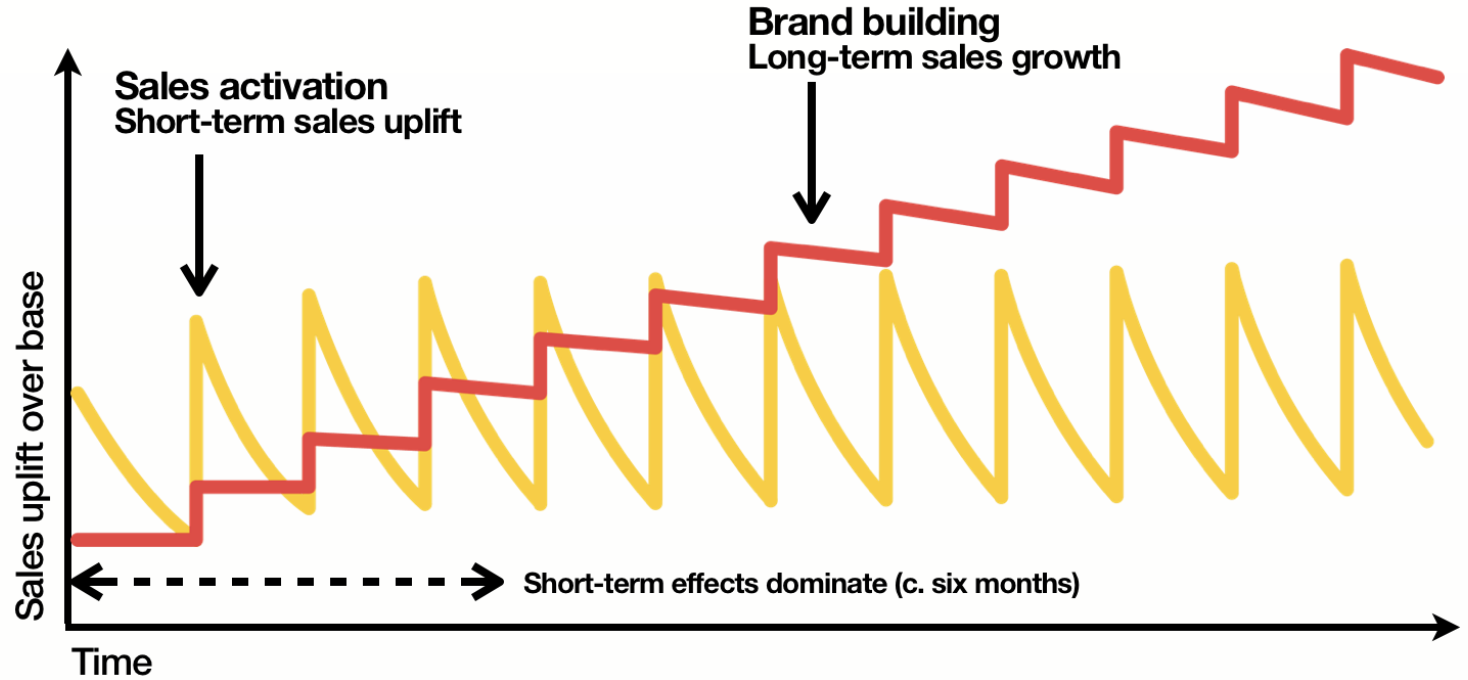
- Mallinnus tunnistaa ja arvottaa digitaalisten kampanjoiden ja mediakanavien todellisen vaikutuksen verkkomyyntiin.
- Kontribuutiomallinnus kuvaa mainonnan vaikutuksia konversioihin huomattavan paljon paremmin kuin perinteinen last click –mittaus.
- Viimeisen kosketuspisteen vaikutus myyntiin on pienempi, koska kontribuutiomallinnus huomioi tilastollisen mallin avulla myyntiin vaikuttavat tekijät koko konversiopolun varrelta.



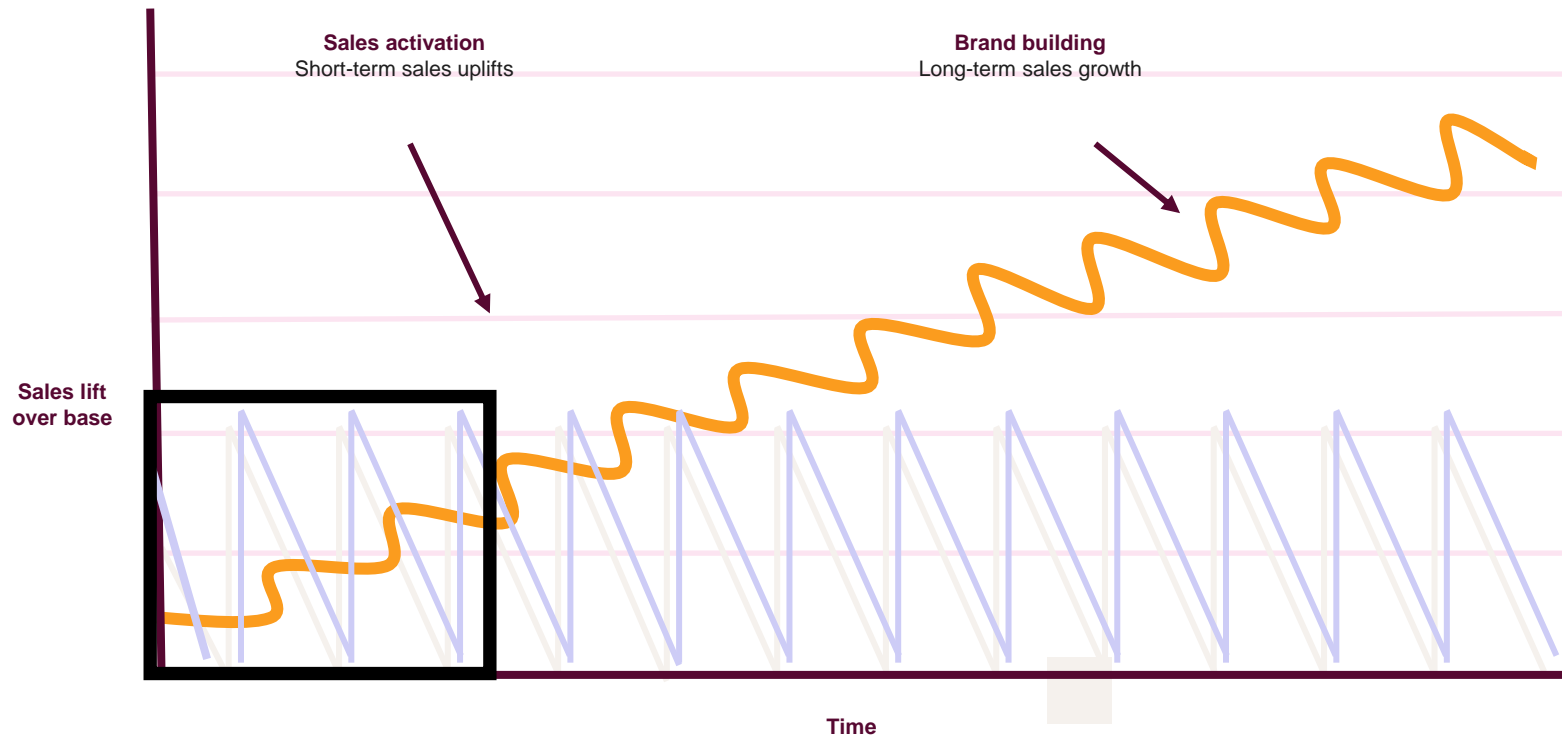
The Long and the Short of It



Balancing Short and Long-Term Marketing Strategies
Les Binet, Head of Effectiveness, adam&eve DDB
Peter Field, Marketing Consultant



Lähde: Les Binet and Peter Field, Media in Focus: Marketing Effectiveness in the Digital Era, IPA



↑
12 kuukautta = 1 tilikausi

Resepti vaikuttavampaan digimainontaan



+



+



Kiitos!



DAGMAR