

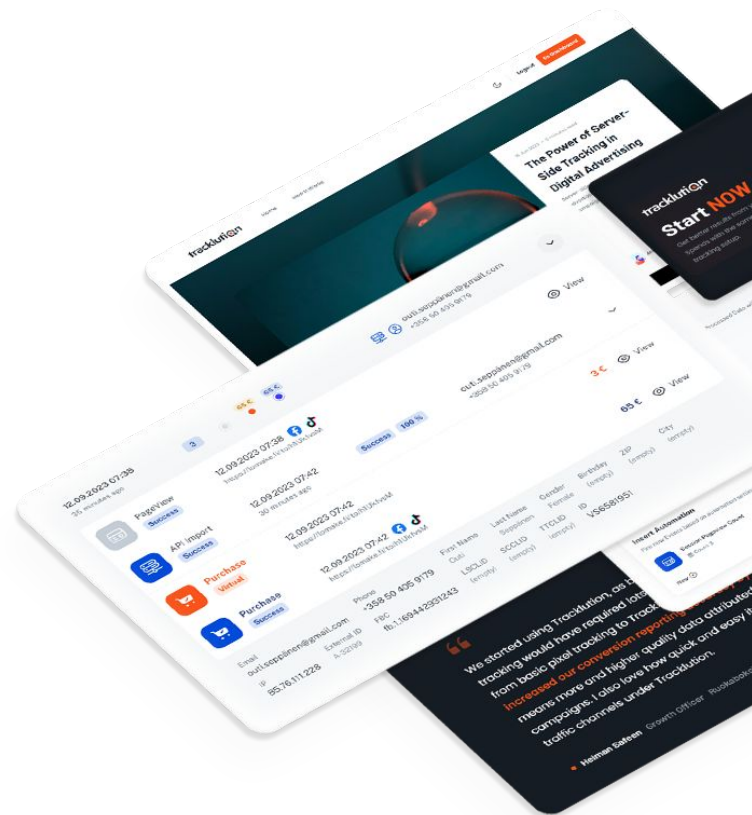


Data hyötykäyttöön digimainonnassa: Käytännön esimerkkejä

Anni Salo | CEO, Tracklution

anni@tracklution.com | [linkedin.com/in/annisalo](https://www.linkedin.com/in/annisalo) | [tracklution.com](https://www.tracklution.com)

IAB Kaikki irti datasta, Dec 4, 2024



Miksi **data ja konversio** seuranta on elintärkeää digimainonnassa?

Kyse ei ole vain siitä, että tiedetään, mistä myyntiä tulee.

Digitaalinen mainonta perustuu jatkuvasti enemmän automaatioon, koneoppimiseen ja algoritmeihin.

Mainosalgoritmeille tarjottu data on ratkaisevan tärkeää parhaiden tulosten saavuttamiseksi.

Käytännössä...

Bid



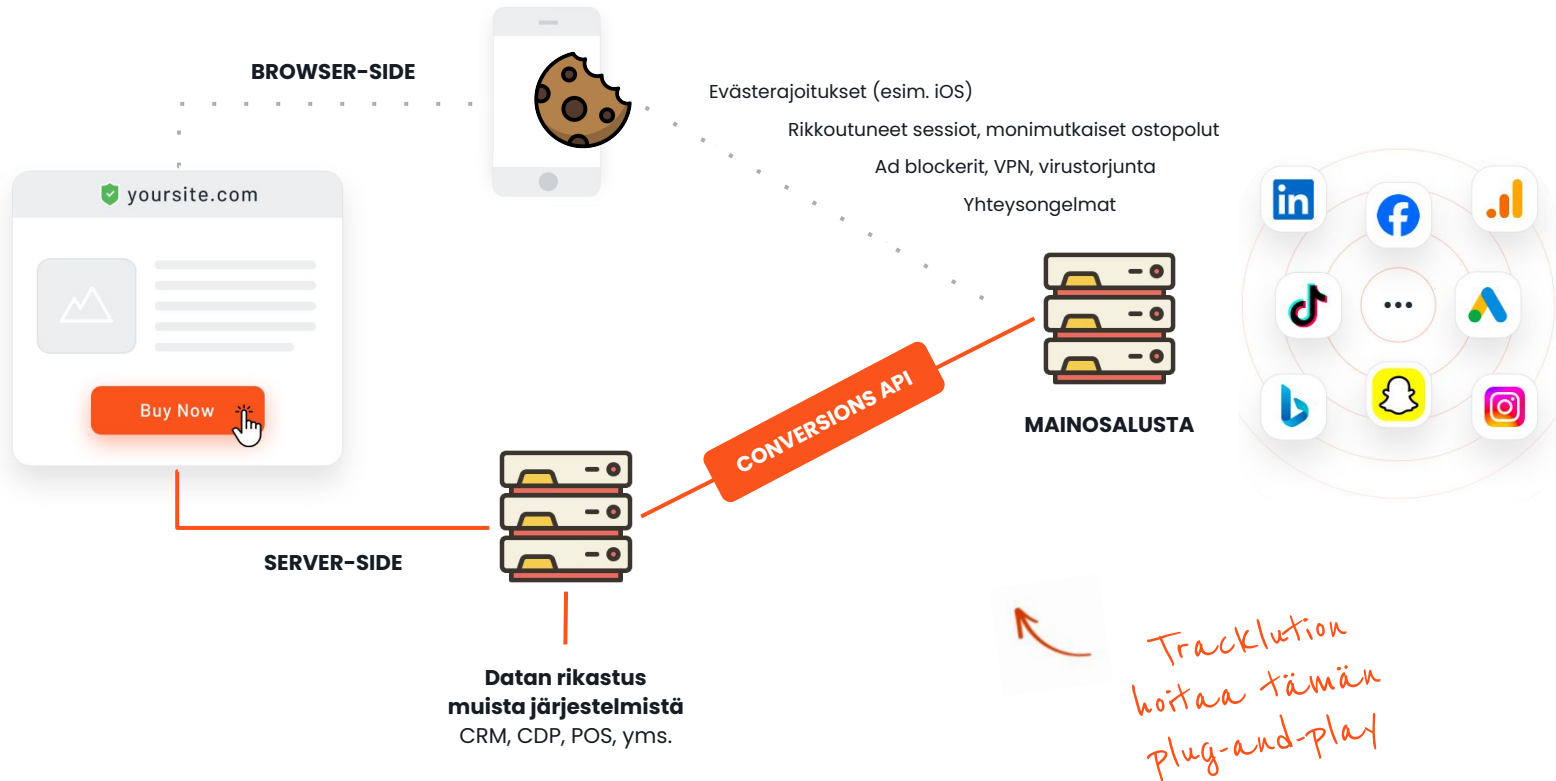
Kuinka paljon olet
valmis maksamaan
= €€€

Performance



Kuinka hyvin kampanja
performoi tavoitteita vasten
= Conversion rate



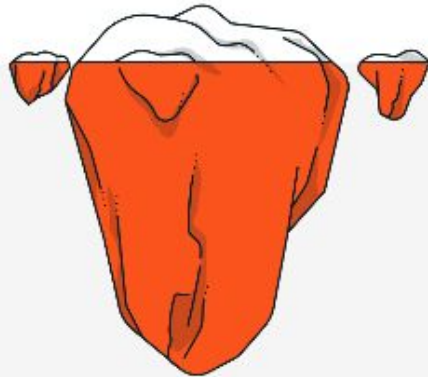


*Tracklution
hoitaa tämän
plug-and-play*

Case 1: Digimainonnalla ajetaan verkko- ja myymälämyyntiä

Ongelma

- Digimainonnalla ajetaan myyntiä sekä verkkoon että myymälään
- Myymälämyynnit jäivät pimentoon mainosalustan puolella
→ mahdoton optimoida

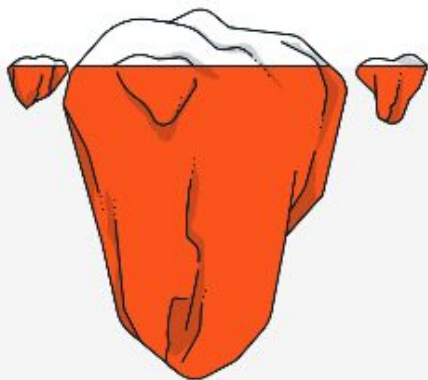


Ratkaisu tracklution

- **Online-data:** Verkkosivuseuranta vietiin server-side
→ +15% konversioiden kasvu
- **Offline-data:** Myymälämyyntien syöttäminen mainosalustalle
→ Algoritmeille enemmän & parempaa dataa
→ Mainosalusta pystyy attribuimaan
- **Rikastaminen:** Katetiedot rikastetaan turvallisesti palvelimella
→ Mainonnan ostaminen katetietoon pohjautuen
- **Compliance:** Seurantaan toivottua läpinäkyvyyttä

Case 2: Katkenneet konversiopolut, puuttuvaa dataa ja teknisiä rajoituksia

Ongelma



Ratkaisu trackluti^Qn

- Liikenne ajetaan verkkosivulle, konversio tapahtuu eri järjestelmässä (alidomain) → ostopolku katkeaa
- Nykyisen työkaluvalikoiman aiheuttamat rajoitukset → kaikki data ei saatavilla

- **Konversiopolku ehjäksi:** Verkkosivukokonaisuuden seuranta server-side + 1p- eväste → seurattujen konversioiden kasvu +35%
- **Puuttuvan data rikastaminen:** Taustajärjestelmästä helposti suoraa Tracklutioniin → parempaa, ehjempää dataa
- **Algoritmin opettaminen:** Tietyn tyyppisiä kauppoja ei raportoida mainosalustoille ollenkaan (block-automatio)
- **Asiakashankintahinta (CAC): -18%**
- **Uusiasiakashankinta: +26%**

Case 3: Myynti clousataan vasta myöhemmin

Ongelma



Ratkaisu tracklution

- Verkossa kerätään liidejä/rekisteröitymisiä, kaupat tapahtuvat myöhemmin, lisäksi yhdistelmä onlinea ja offlinea
- Mainontaa optimoidaan käsin → työlästä ja tehotonta, ei voida hyödyntää automaattisia bidausmalleja,

- Verkkosivuseuranta vietiin server-side, mahdollistaa ostotietojen syöttämisen myöhemmin (mainosalustat JA analytiikka)
- **Online-kaupat:** Maksujärjestelmästä tieto maksusta
- **Offline-kaupat:** Clousattujen kauppojen syöttäminen CRM:stä → Mainosalustalle oikea konversiopiste (vrt. liidit)
- **Manuaalisesta optimoinnista automaattiseen** → Aikasäästö
- **Ad spend -35%** (silti kasvua kannattavasti)
- **Asiakashankintakustannus (CAC) -25%**

Yhteenveto

Mitä näillä kaikilla caseilla on yhteistä:

- Kaikissa saatu merkittäviä, mitattavia hyötyjä
- Toteutus Tracklutionilla plug-and-play, ei teknisiä projekteja tai ylläpitoa
- Tracking on läpinäkyvää ja kontrolloitua (riskienhallinta + compliance)

Digimainonta on algoritmien opettamista datan avulla.

Mitä kylvät, sitä niität.



Stop wasting your Ad Budgets. Start using Tracklution 🙌

tracklution

Anni Salo

CEO, Tracklution

anni@tracklution.com

+358 50 502 5140

[linkedin.com/in/annisalo](https://www.linkedin.com/in/annisalo)