

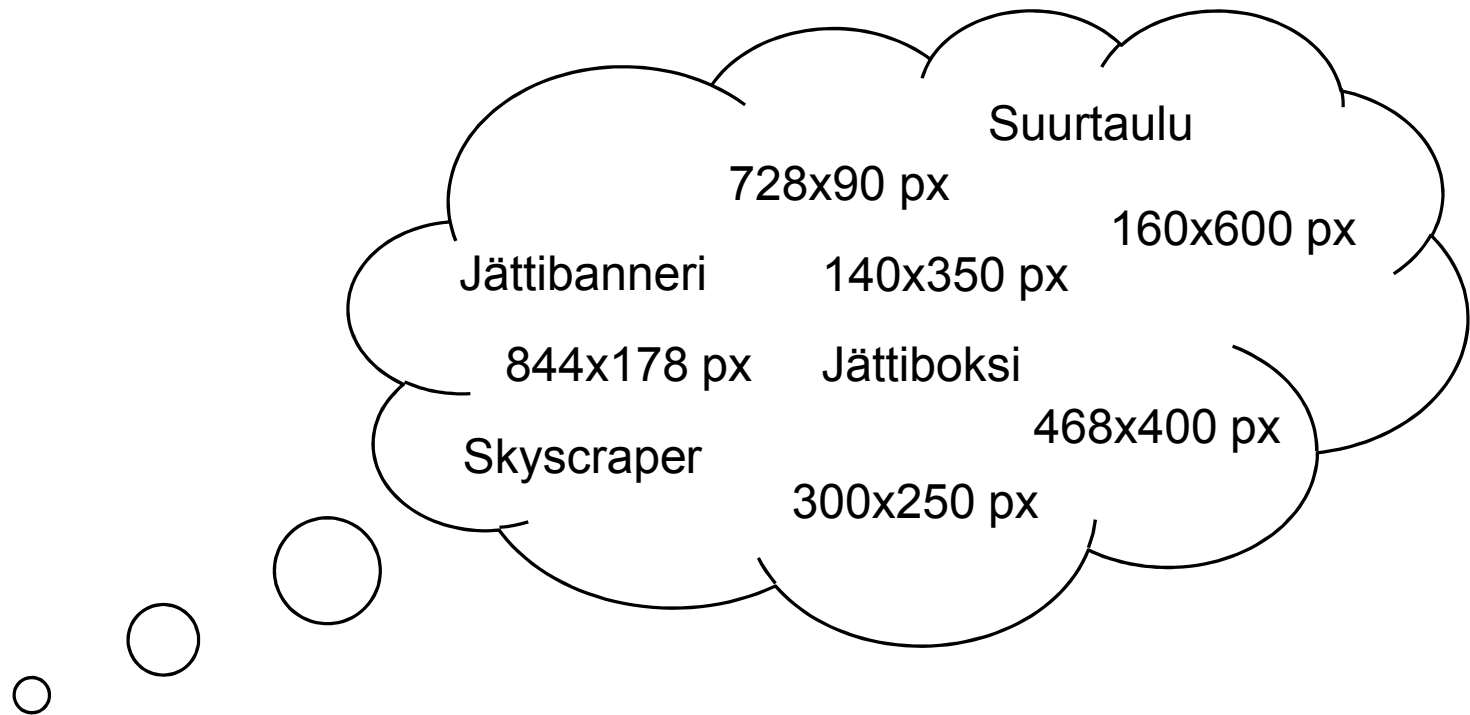
Verkkomainonnan standardit myyjän näkökulmasta

Anita Korhonen
Media-asiantuntija
Kauppalehti
anita.h.korhonen@kauppalehti.fi



JOKAINEN ON OMAN ELÄMÄNSÄ TOIMITUSJOHTAJA. **Kauppalehti**

Bannerit??? Pikselit???



Standardien tehtävänä on helpottaa kaikkien osapuolten toimintaa

Myyjän näkökulma

- IAB on onnistunut hyvin standardien vakinaistamisessa
 - ✓ Asiakkaat alkavat tuntea yhä paremmin verkkomainonnan käsitteitä ja standardeja
- Standardeilla ei lopulta ole suurta merkitystä myyjän päivittäisessä työssä
 - ✓ Myyntitilanteessa puhutaan muusta kuin pikseleistä
- Standardien merkitys kuitenkin korostuu tarjouksia tehtäessä
 - ✓ Pikselit ja kilotavurajat aineiston tekijälle
 - ✓ Aineiston toimitusajat
- Myyjälle tärkeää tietää
 - ✓ Kampanjan tavoite ja kohderyhmä (asiakas)
 - ✓ Kampanjan kesto ja ajankohta
 - ✓ Luova ratkaisu -> millainen mainosmuoto
 - ✓ Arvio budjetista

Haasteet ja edut

- Haasteina
 - ✓ Räättälöityjen mainosten kysynnän kasvu
 - ✓ Erikoisratkaisut
 - Myönteisten asenteiden suhteen suuri mainoskoko ei aina takaa parempia tuloksia.
 - Verkkosivuston sivupohja
 - ✓ Standardit muuttuvat ja mainosmuodot kasvavat verkkomainonnan kehittyessä
- Etuina
 - ✓ Onko verkko lopulta yksinkertaisin (vrt. printin palstamillit, eri nimet joka medialla)
 - ✓ Asiakkaan verkkomainontaosaaminen -> puhutaan samaa kieltä
 - ✓ Samat standardit muissa verkkomedioissa ja kansainvälisillä toimijoilla
 - Iso säästö asiakkaalle
- Mahdollisuuksia
 - ✓ Kiinnittämällä huomiota eri mainosmuotojen toimivuuteen asiakkaan mahdollista saada parempia tuloksia
 - ✓ Isot mainoskoot toimivat yleensä parhaiten, mutta myös pienet mainokset saadaan toimimaan, kun tarkkaan mietitään, mitä halutaan kertoa.

Kauppalehti.fi – klikkausprosentit mainosmuodoittain

MAINOSMUOTO:	Klikki%/näytöt				Klikkaus%/eri kävijät			
	Min	Keskiarvo	Mediaani	Max	Min	Keskiarvo	Mediaani	Max
Avaussivun hallinta	1.27	3.27	3.02	9.61	1.33	4.13	3.76	12.80
Boksi	0.01	0.12	0.08	0.52	0.06	0.43	0.26	1.71
Dominanssi I (jättibanneri+suurtaulu+boksi)	0.11	0.27	0.19	0.57	0.24	0.98	0.99	1.71
Dominanssi II (panorama+pid.suurtaulu+jättiboksi)	0.25	0.36	0.33	0.51	0.63	1.27	1.22	2.00
Jättibanneri	0.02	0.08	0.06	0.35	0.05	0.27	0.19	1.45
Jättiboksi	0.03	0.21	0.16	1.84	0.07	0.62	0.42	3.20
Panorama	0.06	0.14	0.12	0.63	0.17	0.48	0.40	1.97
Pidennetty Suurtaulu	0.02	0.10	0.10	0.36	0.05	0.37	0.28	1.76
Suurtaulu	0.02	0.06	0.05	0.16	0.05	0.20	0.15	0.78
Painike (HUOM! Aikapohjaisesti 2 vk tai 1 kk)	0.01	0.02	0.02	0.15	0.04	0.14	0.10	0.32

Kuinka paljon klikki-% kasvaa, kun mainosmuotoa kasvatetaan?

	Klikki%/näytöt		Klikkaus%/eri kävijät	
	Keskiarvo	Mediaani	Keskiarvo	Mediaani
Jättiboksi vs. Boksi	75 %	100 %	44 %	61 %
Pidennetty suurtaulu vs. Suurtaulu	66 %	100 %	85 %	87 %
Panorama vs. Jättibanneri	75 %	100 %	77 %	111 %

Tulokset ajalta 2007 – 2009 (16.02.09 asti)

Erikoistoteutukset – ”jotain uutta”

- Huoli siitä, että mennään usein mainosratkaisu edellä ja unohdetaan mikä oikeasti toimii
 - ✓ Kalliita asiakkaalle toteuttaa (Asiakkaan ajansäästäminen)
 - ✓ Äänet, jotka laukeaa automaattisesti (avokonttorit)
 - ✓ Dhtml
 - ✓ Avaussivunhallinta (10 sekuntia)
- Liikkumattomat mainokset avautuvat käyttäjälle nopeasti – ei liian pitkiä animaatioita
- Mitä ja milloin voi luvata?
 - ✓ Vaatii tarkempaa pohdintaa yhdessä mm. asiakkaan, kollegoiden, tekniikan ja Mediareaktorin kanssa
 - ✓ Toimituksen näkökulma
- Erikoisratkaisuilla kuitenkin iso merkitys, jotta ala kehittyy!
 - ✓ Hetken päästä standardeja?
 - ✓ Jonkun on aina ensin kokeiltava

Jaguar Kauppalehti.fissä vko 7 / 2009



A promotional banner for the Jaguar XF Business. The banner features a dark background with the Jaguar leaping cat logo in the center. To the right of the logo is a silver Jaguar XF Business sedan. The text 'JAGUAR XF' is at the top right. Below the logo and car, there is a play button icon and a progress bar. At the bottom, the text reads: 'Jaguar XF Business. Rajoitettu erikoiserä. Hinnat alkaen 59 500,- Valitse omasi: www.jaguar.fi/xfbusiness'.

JAGUAR XF

Jaguar XF Business. Rajoitettu erikoiserä.
Hinnat alkaen 59 500,-
Valitse omasi: www.jaguar.fi/xfbusiness

<http://www.ooo.fi/banneridemot/jaguar/>

Käyttäjän huomioonottaminen mediassa

- Tunne käyttäjät ja sivuston luonne
 - ✓ Palaute käyttäjiltä

Kauppalehti.fi:n kävijät ovat sitoutuneita ja viihtyvät usean aiheen parissa.

- ✓ Kiireiset käyttäjät – käyvät sivustolla työpäivän aikana
- ✓ Sisältöön sitoutunut yleisö – tuntee miten sivustolla liikutaan

Kauppalehti.fi

- ✓ Vierailut / kävijä ka. 3,58 kertaa / vko
- ✓ Sivulataukset / kävijä ka. 22,92 latausta / vko

VINKKEJÄ internet-mainontaan

- Ole siellä, missä kohderyhmäsikin on - kerro kampanjan tavoitteista ja kohderyhmästä
- Älä yritä liikaa. Yksinkertainen on tyylikästä.
- Kiteytä viestisi. Käytä mieluummin aikaa ydinsanoman hiomiseen kuin kuvan liikkuvuuden maksimointiin.
- Isot mainoskoot toimivat yleensä parhaiten, mutta myös pienet mainokset saadaan toimimaan, kun tarkkaan mietitään, mitä halutaan kertoa.

...Internet-mainonnassakin on lopulta kyse perusasioista!