

Internetmainonnan sanasto

IAB Finland ry – 20.1.2009

Aikaperusteinen myynti

Määritetään etukäteen tarkka aikaväli, jolloin mainos näkyy. Yleinen ajan yksikkö on viikko (ma - su). Mainospaikka myydään joko yksinoikeudella koko varatuksi ajaksi tai *karuselliin*, jolloin mainospaikan näytöt jaetaan eri mainostajien kesken.

Aineisto

Mainosmateriaali, mainoskuvat, esim. *gif*, *flash*, *html*. Yksi aineisto voi muodostua useasta tiedostosta. Esim. Flash-tiedostolle tarvitaan vaihtoehtokuva eli ns. *back-up-gif*.

Animoitu

Liikkuvaa kuvaa kutsutaan animoiduksi. Yksi animaation kierros alusta loppuun on *luuppaus* (*loop*).

Banneri (engl. banner)

"Palkkimainen" mainosmuoto, koko 468x60 pix. Internetmainonnan vanhimpia mainosmuotoja, mistä johtuen banneri-sanaa käytetään usein myös yleisterminä tarkoittamaan internetmainosta.

Boksi (engl. rectangle)

Laatikkomainen mainosmuoto, joka sijaitsee usein sivun keskellä (esim. uutisten välissä) tai alalaidassa. Koko 300x250 pix. Myös muita kokoja on käytössä.

CPA (cost per action)

Tarkoittaa yhden toiminnon, esim. verkkokaupasta tapahtuvan tilauksen, aikaansaamiseksi tarvittua kustannusta.

CPC (cost per click)

Klikin hinta eli yhden klikin hankintaan käytetty kulu. CPC on yksi verkkomainonnan toimivuuden mittareista.

CPM (cost-per-thousand, CPT)

Bruttokontaktihinta, eli hinta per tuhat mainosnäyttöä. Näyttöperusteisesti myytävän mainonnan perusyksikkö. Mainontaa ostetaan tuhannen mainosnäytön erissä.

DHTML

Mainonnassa yleisnimitys mainosmuodoille, joita näytetään normaalien mainospaikkojen ulkopuolella, esim. selainikkunan päällä kelluvat ja liikkuvat mainoselementit. Ks. *sivun päälle tuleva mainos*

Eri kävijä

Ks. *käyttäjä*

Eväste (engl. cookie)

Tekstitiedosto, joka tallentuu käyttäjän selaimen väliaikaistiedostoihin, kun hän vierailee sivustolla. Keskeisin käyttötarkoitus on käyttäjän yksilöiminen verkkopalvelussa. Mahdollistaa kävijämittauksen ja mainonnassa mm. toistorajoitteen käytön.

Flash

Flash-tekniikalla on mahdollista tehdä "elävämpiä" mainoksia kuin *gif*:llä. Mahdollistaa myös äänen käytön internetmainoksissa sekä vuorovaikutteisten toteutusten (esim. pelit) tekemisen. Huomattavasti monipuolisempi kuin *gif*.

Floating Flash

Ks. *sivun päälle tuleva mainos*

Frekvenssi

Ks. *toistokontrolli*

Gif

Erittäin yleinen kuvan tallennusmuoto, jota paljon käytetään internetmainonnassa. Gif-kuva voi olla myös *animoitu* (liikkuva).

Html (Hypertext markup language)

Internetsivun kuvauskieli, jossa tekstin sekaan sijoitetuilla kommentteilla määritellään, miltä teksti näyttää ruudulla.

IAB (Interactive Advertising Bureau)

IAB Finland (Interactive Advertising Bureau) on järjestö, jonka tehtävänä on edistää ja tukea internetmedioiden käyttöä. IAB rakentaa alalle yhteisiä standardeja, teettää tutkimuksia, kehittää markkinointistrategioita ja edustaa internetmedioita julkisen sektorin alalla. IAB:n tavoitteena on vahvistaa internetin asemaa mainosvälineenä ja kasvattaa internetmedioiden yhteistä mainoskakkua, sekä toimia internetmedioiden edunvalvonta- ja tiedotusvälineenä. IAB Finland on IAB Europan jäsen.

Jättibanneri (engl. leaderboard)

"Palkkimainen" mainosmuoto, joka sijaitsee useimmiten sivun ylälaudassa. Koko 728x90 pix. Muitakin kokoja on käytössä.

Karuselli (slotti)

Samalla mainospaikalla näytetään mainosjonossa useampia mainoksia esimerkiksi siten, että uusi mainos vaihtuu aina, kun sivu ladataan uudestaan.

Kilotavuraja

Mainosmateriaalitiedoston koko kilotavuina (engl. kilobyte, kb). Mainonnanhallintajärjestelmät asettavat tiedostokoon rajan. Tiedostojen kilotavukoko ja määrä vaikuttavat www-sivun avautumisnopeuteen.

Klikkaus (napsautus, engl. click)

Mainoksen klikkaaminen hiirellä, jolloin avautuu esimerkiksi mainostavan yrityksen kotisivu. Jo aktivoitunut toimenpide, eli enemmän kuin mainoksen huomioarvo.

Klikkaus-% (bruttoklikkaus-%)

Suhdeluku, joka kertoo, kuinka monta klikkausta on kertynyt mainosnäytöistä. Jos mainosta on näytetty esimerkiksi 70 000 kertaa ja klikattu 500 kertaa, klikkaus-% on: $500/70\ 000 * 100 = 0,71\%$.

Konversio (engl. conversion)

Suhdeluku, joka kertoo miten iso osa mainosnäytöistä tai klikkauksista johtaa toimenpiteisiin, kuten tilaukseen. Konversio voidaan myös laskea sivuston käyttäjämäärästä, jolloin katsotaan miten iso osa sivuston käyttäjistä tekee tilauksen. Esimerkki: Jos mainosta on näytetty 70 000 kertaa, klikattu 500 kertaa ja 100 klikkausta on johtanut mainostettavan tuotteen tilaamiseen, on mainosnäytöistä laskettu konversio-% $100/70\ 000 * 100 = 0,14\%$.

Käynti (vierailu, session, käyttökertä, engl. visit, session)

Jatkuva internetpalvelun käyttö ilman vähintään 30 minuutin taukoa lasketaan samaksi käynniksi. Jos käyttöön tulee vähintään 30 minuutin tauko, ja kävijä palaa uudestaan palveluun, alkaa uusi käynti.

Käyttäjä (eri kävijä, nettokontakti, engl. unique browser)

Eri päätteiltä otetut yhteydet internetpalveluun. Nettoluku, joka ei sisällä toistoja. Vaikka samalta päätteeltä otettaisiin yhteys useaan kertaan saman viikon aikana, lasketaan yhteydenotot yhdeksi kävijäksi. Eri kävijöitä ajatellaan usein eri ihmisinä, vaikka todellisuudessa sama ihminen voi käyttää samaa palvelua usealta eri koneelta ja kirjautuu tällöin useana kävijänä.

Laajeneva mainos

Mainosmuoto, jossa mainosala laajenee, sijoittelusta riippuen, yleensä alas tai sivulle, silloin kun käyttäjä vie hiiren osoittimen mainoksen perusosan päälle.

Luuppaus (engl. loop)

Animaation kierto alusta loppuun. Rajoitettu 3:een käyttäjän lukurauhan vuoksi.

Mainosnäyttö

Sivun latautuminen siten, että mainoskin latautuu ja käyttäjällä on mahdollisuus nähdä mainos (ks. *sivulataus*). Kampanjan mainosnäyttöjen määrä kertoo, kuinka monta kertaa mainosta on kaiken kaikkiaan näytetty. Bruttoluku, jossa on kaikki toistot mukana (ks. *käyttäjä*).

Nettoklikkaukset (nettoklikit)

Mainosta klikanneiden eri käyttäjien määrä.

Nettoklikkaus-% (nettoklikki-%)

Nettoklikkaukset jaettuna nettokontakteilla.

Näyttöperusteinen myynti

Sovitaan etukäteen tietty näyttömäärä, esimerkiksi 150 000. Usein asetetaan myös *toistokontrolli*. Voidaan määritellä tarkka aikaväli, milloin mainosta näytetään, mutta voidaan myös sopia, että mainosta näytetään niin kauan, kunnes sovittu näyttömäärä tulee täyteen. Samassa mainospaikassa voi näkyä usean eri mainostajan mainoksia vuoronperään.

OTS (Opportunity To See)

Kuinka monta kertaa mainos on keskimäärin ollut mahdollista nähdä. Kuvaa kävijöiden suhdetta sivulatauksiin.

Painike (engl. button)

Mainosmuoto, jota saa kahtena kokona. Ison painikkeen koko on 150x120 pix, pienen painikkeen koko 150x60 pix.

Panoraama

Laajakulmakuva – parhaimmillaan 360 asteen kuvakulma esimerkiksi kiinteistön sisältä tai pihaesittely. Voi viitata myös suureen *jättibanneriin*.

Pidennetty suurtaulu (engl. skyscraper)

Suurtaulun mallinen mainos, mutta suurempi. Koko 160x600 pix. Ks. *suurtaulu*.

Pikseli

Internetmainosten kokoa mittaava yksikkö. Koko ilmoitetaan muodossa leveys kertaa korkeus. Esimerkiksi jättibannerin koko on 728x90 pikseliä. Pikselistä käytetään lyhenteitä pix tai px.

Rich Media

Yleisnimitys mainosmuodoille, joissa käyttäjälle näytetään staattisen tai animoidun kuvan sijasta elävää kuvaa ja ääntä, usein sisältäen interaktiivisia elementtejä. Toteutus yleensä Java-, Flash- tai ShockWave tiedostomuodoilla.

Run-of-network (RON)

"Läpi verkoston". Samaa mainosta näytetään useamman sivuston muodostamaan verkostoon kuuluvilla sivustoilla.

Run-of-site (ROS)

"Läpi sivuston". Samaa mainosta näytetään sivuston kaikilla tai useilla sivuilla tai sivuston osioissa.

Selain

Tietokoneohjelma, jolla katsotaan www-sivuja. Selaimia ovat esimerkiksi Internet Explorer, Firefox, Opera ja Safari.

Sivulataus (sivunäyttö, engl. page impression)

Sivun latautuminen selainikkunaan. Mainos ei välttämättä lataudu joka kerta kun sivu ladataan. Sivun latautuu, kun käyttäjä saapuu sivulle tai päivittää sivun. Latauksiin lasketaan mukaan myös automaattiset lataukset, joita käyttäjä itse ei ole aktiivisesti aiheuttanut.

Sivun päälle tuleva mainos (Floating Flash)

Sivun sisällön yllä leijuva mainos. Usein samalle sivulle sijoitetaan tukimainoksia tavanomaisiin mainospaikkoihin.

Sivusto ("saitti", engl. site)

Sivukokonaisuus, jolla on oma markkinoitava www-osoitteensa (esim. www.helsinki.fi)

Skyscraper

Ks. pidennetty suurtaulu.

Suurtaulu (engl. billboard)

Pystysuuntainen mainos, joka sijaitsee useimmiten sivun oikeassa laidassa. Koko 140x350 pix. Voidaan toteuttaa myös *pidennettynä suurtauluna*.

Tikkeri

Selainikkunan alareunaan kiinnittynyt matala mainosnauha. Ei liiku sivua vierittäessä.

Toistokontrolli (frekvenssi, toistorajoite)

Samaa mainosta näytetään samalle *selaimelle* korkeintaan määritelty määrä kertoja (esim. viisi näyttöä / selain).

Videomainos

Tv- tai videoformaattista digitoitu, yleensä lyhennetty ja pakattu mainosmateriaali, jonka katsominen vaatii selaimenlaajennuksen (plug-in; Flash, QuickTime).

Välisivun mainos (interstitiaali)

Palveluun siirryttäessä käyttäjälle ilmestyy ensin toinen koko kuvaruudun kokoinen tai selainikkunan kokoinen mainos muutamaksi sekunniksi. mainos sulkeutuu itseksensä.

Ääni

Mainoksen sisältämä ääniefekti. Aktivoituu käyttäjän viedessä hiiren osoittimen mainoksen päälle ja loppuu osoittimen poistuessa mainoksen päältä. Vaihtoehtoisesti toteutettavissa "Avaa/sulje"-painikkeen avulla.