

IAB Finland Ry

Vuosikertomus 2014

Sisällysluettelo

IAB:n hallitus	2
Markkinan kehitys	2
Media- ja onlinemainonnan panostukset	2
Display-jakauma ja verkkomainonnan määrä	3
Strategia ja tavoitteet	5
Missio, ydinviestit ja visio	4
IAB Finlandin organisaatio	5
Viestintä	5
Koulutukset	5
Oppaat ja tapahtumat	6
Työryhmät ja task forcet	6
Jäsentilanne ja jäsenmäärän kehitys	8

IAB:n hallitus

Hallituskausi 2 vuotta:

Hallituksen puheenjohtaja Henrik Laine, MTV Oy
 Varapuheenjohtaja Jani Savolainen, Microsoft Oy
 Jarkko Kyttänen, Sanoma Oyj
 Elina Koivumäki, Asianajotoimisto JB Eversheds Oy
 Marjo Juola (2/15 asti Anne Laakso), Kesko Oyj
 Tomi Pyyhtiä (8/14 asti Jani Engberg), RAY

Hallituskausi 1 vuotta:

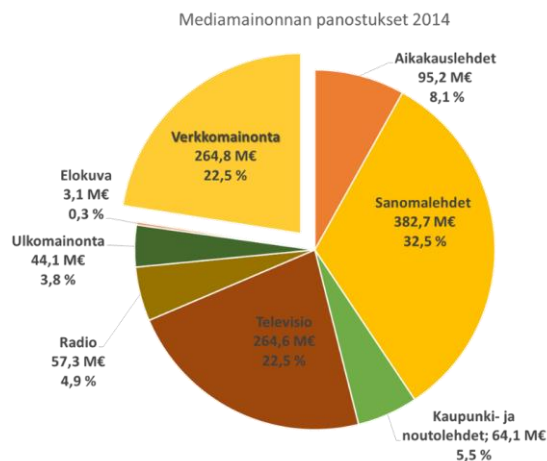
Jukka Leino, Fonecta Enterprise Solutions
 Sini Kervinen (1/15 asti Tapani Nenonen), Aller Media Oy
 Minna Nissinen, Alma Media Oyj
 Markus Hakala, Activeark JWT Oy
 Antti Kallio (8–12/14 välillä Anna Salo), Dagmar
 Hanna Länsivuori, Tallink Silja Oy

Markkinan kehitys

Vuoden 2014 pienessä mainoskakussa verkkomainonnan yhteenlaskettu osuus mediamainonnasta oli 22,5 % ollen jo yhtä suuri tv-mainonnan kanssa.

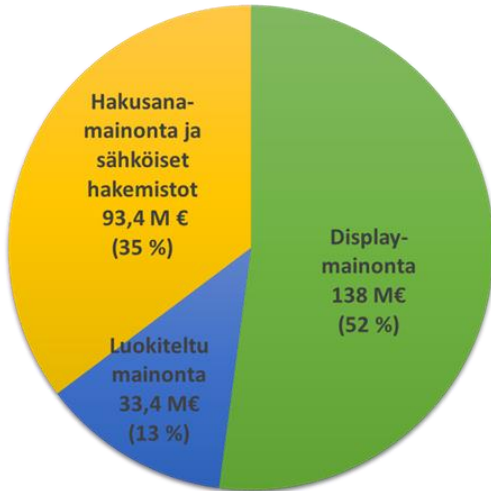
- Vuoden 2014 yhteenlaskettu panostus verkkomainontaan oli **264,8 miljoonaa euroa**, ja kasvua edellisvuoteen oli yhteensä **10,8 %**.
- Mediamainonnan kokonaismäärä vuonna 2014 oli **1 175,8 miljoonaa euroa** ja sen muutos edelliseen vuoteen oli **-2,6 %**.

Media- ja onlinemainonnan panostukset



Lähteet: Mediamainonnan määrän muutokset 2014, TNS Gallup, IAB Finland

Online-mainonnan panostukset 2014



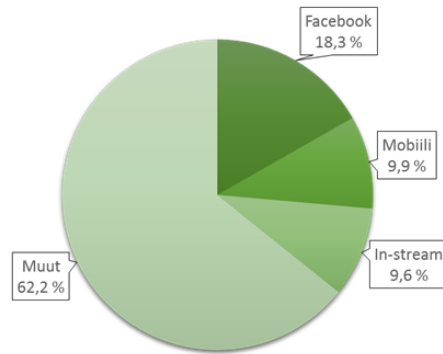
Ohjelmallisen ostamisen määrä

+300 %

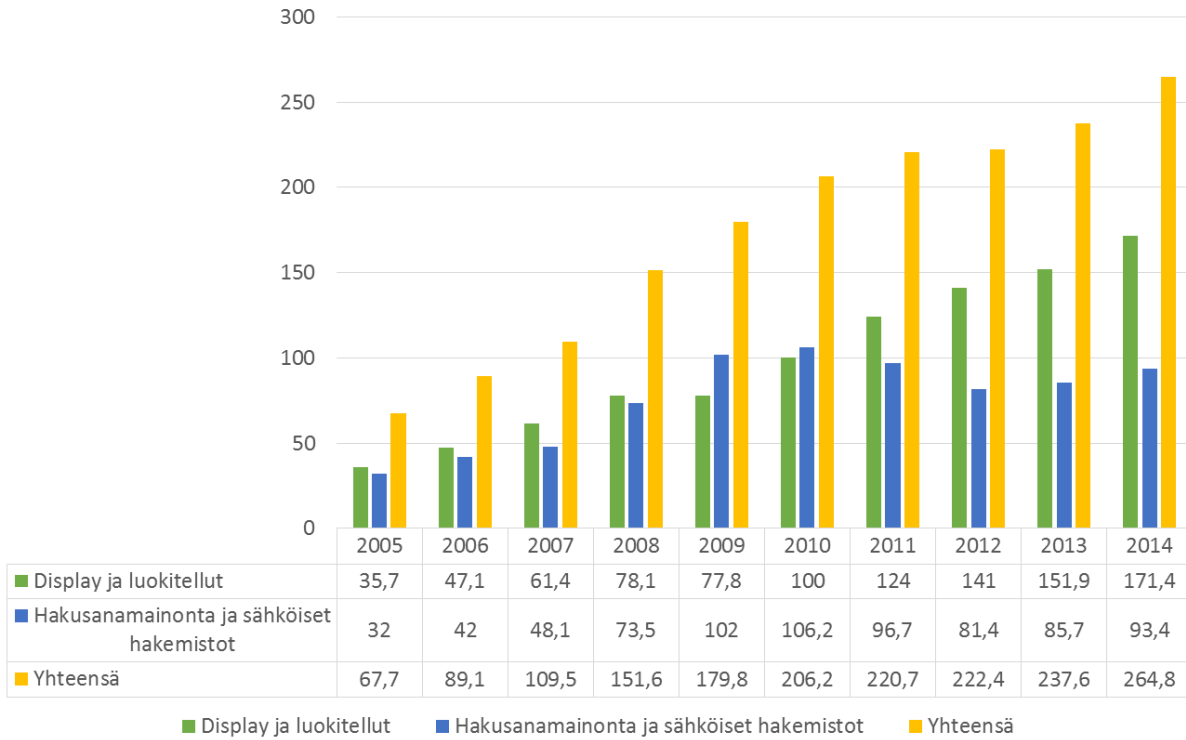
2013: 1,5 % displaysta

2014: 6-7 % displaysta

Display-mainonnan jakauma 2014



Verkkomainonnan määrä 2005-2014, M€



Strategia ja tavoitteet

IAB Finlandin strategiana on tukea IAB-yhteisön kehittymistä ja laajentaa horisontaalia toimintatapaa. Tämä näkyi vuonna 2014 aiempaa laaja-alaisemmassa jäsenpohjassa sekä eri toimijoiden entistä kattavampana edustuksena työryhmissä ja tilaisuuksissa.

Tavoitteet 2014:

- Työryhmä uudistuksen läpivienti
- Uudet task forcet ja ryhmät
- IABlogin kehittäminen
- Yhteistyö IAB:n ja muiden alan toimijoiden välillä

Missio, ydinviestit ja visio

MISSIO

IAB Finland kehittää digitaalista markkinointia* tuottamalla alalle tärkeää tietoa sekä jalkauttamalla parhaita oppeja ja käytäntöjä.

IAB Finland on kokonaisvaltaista digitaalisen markkinoinnin ekosysteemiä ja sen erilaisia toimijoita tukeva järjestö ja yhteisö.

IAB Finland toimii näkyvästi ja proaktiivisesti digitaalisen markkinoinnin kehittyessä ja muuttuessa.

IAB Finland tarjoaa inspiroivaa näkemystä, koulutusta ja luotettavaa tutkimustietoa.

VISIO

Digitaalinen asiakaskokemus on yritysten ja yhteisöjen liiketoiminnan ja markkinoinnin keskiössä.

*Digitaalinen markkinointi kattaa digitaalisessa ympäristössä tapahtuvan mainonnan, markkinoinnin ja asiakaskokemuksen.

IAB Finlandin organisaatio

Hallitus

6 mediajäsentä ja 6 muuta jäsentä

Toimisto

Toiminnanjohtaja

Markkinointi- ja viestintäpäällikkö

Markkinointikoordinaattori

Työryhmät

Mittaustyöryhmä

Tietosuojaryhmä

Mobiili

Sosiaalinen media

Big Data

Videomainonta

Ohjelmallinen ostaminen

Natiivimainonta

Viestintä

IAB:n viestinnän tavoitteena on ollut IAB:n tunnettuuden kasvattaminen ja eri sidosryhmien mielikuvien vahvistaminen IAB:stä. IAB on tarjonnut hyödyllistä tietoa digitaalisen markkinoinnin alalla toimiville.

- Viestintästrategia kiteytettiin vuosille 2013–2014: kehitetään IAB-yhteisöä, kasvatetaan IAB:n tunnettuutta, lisätään osaamista ja tietoa alalla, tuetaan alan jatkuvaa kehitystä
- Tiedotteita ja uutiskirjeitä tasaisesti pitkin vuotta
- Kvartaalitiedotteet digimediainonnan määrästä
- Vuoden 2014 aikana kehitettiin varsinkin IAB:n viestintää some-kanavissa sekä IABlogin toimintaa

Koulutukset

IDM-tutkinto

- IDM-koulutusohjelma on Englannin johtavan markkinointi-instituutin, Institute of Direct and Digital Marketing IDM:n virallinen, tutkintoon tähtäävä opintokokonaisuus
- Perustutkinto The Professional Diploma in Digital Marketing, Dip DigM
 - Kahdeksas vuosikurssi
 - Opiskelijoita 38

- Jatkotutkinto The Postgraduate Diploma in Digital Marketing, PG Dip DigM
 - Syksyllä 2013 alkanut 1. koulutusryhmä jatkui kesäkuulle 2014
 - Opiskelijoita 5

Oppaat ja tapahtumat

Julkaistut oppaat

Datan hyödyntäminen digimainonnan kohdentamisessa

Online-videomainonnan opas

Blogiyhteistyön opas

Tapahtumat

Digipaletti 2014: Seminaari MTL:n kanssa 25.2.

Digimainonnan juridiikkaa 1.4.

Big Data -aamupäivä 6.6.

Online-videomainonnan aamupäivä 3.9.

HOT or NOT 26.11.

Blogiseminaari 11.12.

Työryhmät ja task forcet

Työryhmäudistus

- Vuonna 2013 käynnistynyttä työryhmäudistusta jatkettiin menestyksekkäästi
- Projektiryhmämalliin siirtyminen: task force -ryhmät kerääntyvät valitun teeman ympärille ja hajoavat projektin päätyttyä
- Projektimallia sovellettu myös vanhalla mallilla toimiviin pitkäaikaisempiin työryhmiin
- Uuteen malliin siirtyminen on tehostanut työryhmien toimintaa sekä lisännyt ulostulojen määrä

Mittaustyöryhmä

- Kutsutut jäsenet, puheenjohtaja Teemu Relander, Sanoma ja Pia Ruusukivi, Alma Media
- Vuoden teemoja: TNS Metrix -viikkolukulistan julkaisuperusteiden määrittely, kommentointi Mainostajien liiton suositukseen mediatunnuslukujen käytöstä, työryhmän linjaus paneelimitäuksesta johdetulle yleisöestimaatille
- IAB:n hallitus ehdotti syksyllä Mittaustyöryhmän lakkauttamista ja uuden kaikille avoimen tark force -ryhmän perustamista, uusi ryhmä aloitti vuoden 2015 alussa.

Tietosuojatyöryhmä

- Kutsutut jäsenet, puheenjohtaja Elina Koivumäki, Asianajotoimisto JB Eversheds Oy
- Vuoden teemoja: tietosuoja-asetusuudistuksen seuraaminen, OBA itsesääntelyohjelman implementointi, OBA-kampanja ja sekä palautemallin toteutus, uusien teknologioiden tietosuojahaasteet
- Juridiikkaseminaari huhtikuussa 2014

Sosiaalisen median task force

- Kaikille avoin ryhmä, puheenjohtaja Jari Jaanto, IRC-galleria
- Vuoden teemoja: Suomi-Some-kartoitus, blogiyhteistyön etiketti, case-esittelyt ja alustukset
- Blogiyhteistyön opas ja blogiseminaari joulukuussa 2014

Big Data task force

- Avoin ryhmä, puheenjohtaja Johanna Lehtonen, Mediareaktori
- Teemoja: Datan käyttö, ohjelmallinen ostaminen
- Datan hyödyntäminen digimainonnan kohdentamisessa -opas ja dataseminaari kesäkuussa 2014

Videomainonnan task force

- Avoin ryhmä, puheenjohtaja Teemu Suominen, Nelonen Media
- Teemoja: videomainonnan edistäminen ja käytännöt
- Online-videomainonnan opas ja videomainonnan seminaari syyskuussa 2014
-

Mobiilityöryhmä

- Kaikille avoin ryhmä, puheenjohtaja Atte Kniivilä, mFabrik
- Vuoden teemoja: työryhmästä task forceksi, mobiiliohjeistusten ja -sanaston sekä display- ja applikaatiomainonnan suositusten päivitys, mobiilipanostustietojen raportoinnin kehitystyö yhdessä TNS:n kanssa

Natiivimainonnan task force

- Avoin ryhmä, puheenjohtaja Anna Kurkela, A-lehdet
- Perustettiin syksyllä 2014
- Vuoden teemoja: Natiivimainonnan ja sisältömarkkinoinnin määrittely ja käytänteet
- Työ jatkuu vuonna 2015

Ohjelmallisen ostamisen task force

- Avoin ryhmä, puheenjohtaja Jukka Sundquist, Klikkicom
- Vuoden teemoja: Ohjelmallisen ostamisen oppaan koostaminen, Suomen ohjelmallisen ostamisen määrän selvitys, kyselytutkimus aiheen tuntemuksesta ja näkemyksistä
- Ohjelmallisen ostamisen opas ja seminaari helmikuussa 2015

Visioryhmä

- Kutsuttuna ryhmänä: Taneli Tikka, Pauli Aalto-Setälä ja Catharina Stackelberg sekä IAB:n hallitus
- Kokoontui keväällä keskustelemaan siitä, kuinka suomalaiset yritykset saadaan digitaalisen liiketoiminnan edelläkävijöiksi
- Visioryhmän haasteeksi osoittautui yhteisen aikataulun luominen

Jäsentilanne ja jäsenmäärän kehitys

- Jäsentilanne pysyi vakaana vuonna 2014. Jäsenrakenteessa on huomattavissa entistä vahvemmin horisontaalisuus ja erilaisten palveluntarjoajien määrän lisääntyminen.
- Premium-jäsenet: Alma Media, MTV, Sanoma ja RAY
- Uudet jäsenet 2014 (7 kpl): Radio Rapu, PlayAd Media, Klik Klik, Improve Media, comSocre, Neuromi, FasterHorse
- Poistuneet jäsenet irtisanoutumisen tai yhdistymisten kautta tai maksamatta jättäneet (kirjataan luottotappioksi) (11 kpl): Nettiapina, Opasmedia, Seniorinfo, Digivelho, Cuutio, Mediatoimisto Happi, Descom, Smoy, Euroads, RPT Docu, Goodmood.

