

Luottamuksellinen

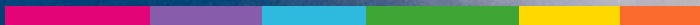


HybridiTV on mahdollistanut digitaalisen ja reaaliaikaisen lineaaritelevision mittaamiseen

IAB seminaari 10.9.2025

Digimainonnan mittaaminen – mitä ja miten?

Jani Saari, Digita Oy



Sisältö

- Digita lyhyesti
- CTV eli HybridiTV
 - Päätelaitemääräkehitys
- Esimerkit
 - Ohjelmayhteistyö
 - Switch-IN
 - MTV Video CTV
- Yhteenveto

The DIGITA logo is positioned at the bottom of a large, curved image of a human eye. The eye is looking directly at the viewer, with a vibrant orange iris. The eyelids and surrounding skin are covered in a dense pattern of small, multi-colored squares, similar to the DIGITA logo icon. The word "DIGITA" is written in a bold, white, sans-serif font across the bottom of the eye image.

Huomisen arvoinen digitaalinen toimintaympäristö

Valtakunnalliset TV- ja radiolähetykset keskeinen osa Digitan palveluita.

Digita on myös maan suurin riippumaton tietoliikennemastojen omistaja ja digitaalisen infrastruktuurin tarjoaja:

- IoT
- Konesalipalvelut
- Privaattiverkot



HybridiTV eli ConnectedTV

- HybridiTV = ”TV kytkettynä nettiin”
 - Tämän avulla tv-mainonta on digitalisoitunut
- Katsoja pääsee HybridiTV-palveluiden äärelle
 - Kaukosäätimen värinapeilla
 - Vaihtamalla kanavaa
 - Katsomalla TV-mainoksia
- Kaikissa uusimmissa televisiomalleissa on HybridiTV-valmius
 - n. 95 % myytävistä televisioista äly-tv-malleja = HybridiTV
- Nyt mainontaan on tarjolla **digitaalinen CTV-ratkaisu lineaari-tv-ympäristöön**



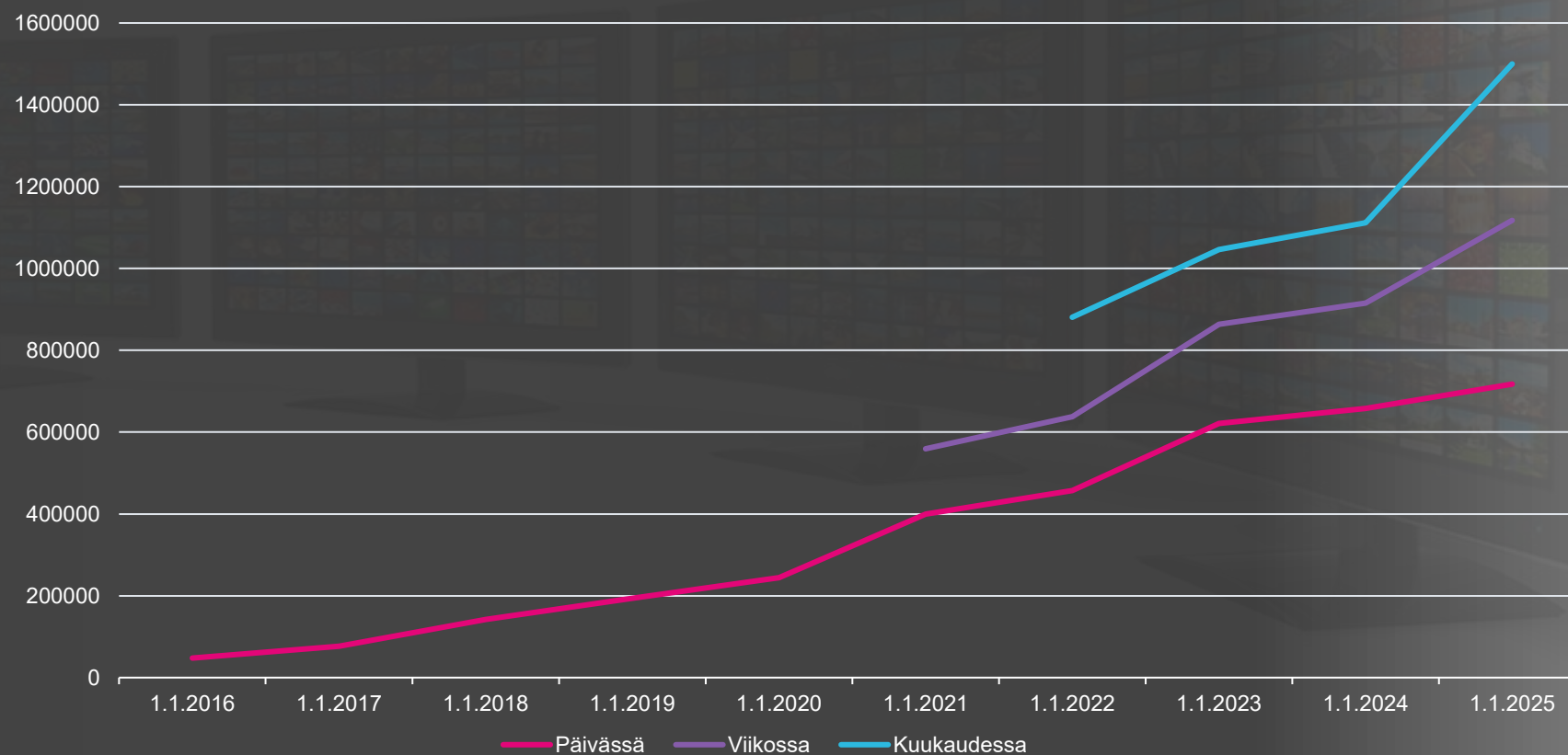
TV

- Suuret yhtäaikaiset kohderyhmät
- Pitää katsojan pidemmän aikaa otteessaan

NETTI

- Kohdennettavuus
- Ajasta riippumattomuus
- Tarkka seurattavuus
- Mainonta
- Videokirjastot

HybridiTV-päätelaitemäärän kehitys



Kuukaudessa
1.500.000

Viikossa
1.100.000

Päivässä
700.000

Esimerkki: Ohjelmayhteistyö Masked Singer Suomi 2025

Ohjelmayhteistyö

- Osallistaa katsojan sisällön ja kumppaneiden pariin.
- Palvelun käyttöä ja aktiiviteettejä mitataan



Esimerkki: Ohjelmayhteistyö Masked Singer Suomi 2025

Ohjelmayhteistyö Moi.fi

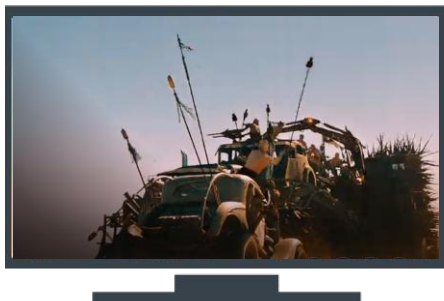
- Moi tarjoaa sisältöön liittyvän lisävihjeen omalla brändi näkyvyydellä
- Moin lisävihjeet sivua avattiin viime lauantaina **6.9.** yhteensä **26487** kertaa.
- Silmäpareina Moin lisäsivut aktivoivat noin **30 000** silmäparia



The screenshot displays the Moi.fi website interface for the Masked Singer Suomi 2025 promotion. At the top, a banner features the text "MASKISSA NIIN MUKANA" above the "Moi.fi" logo, which is inside a speech bubble. To the right of the logo are two masked characters: a red one with a white cap and a grey one with a large eye. Below the banner, a central text block states: "Moi tarjoaa joka viikko yhden lisävihjeen hahmojen henkilöllisyydestä". To the left of this text are three character cards: "Pierumies" (a superhero in a red suit), "Poni" (a pink unicorn), and "Riiviö" (a green, spiky alien-like creature). To the right, a larger section titled "Riiviö" contains a photo of the show's judges and a text block: "Lisävihje: Riiviö on työskennellyt Ketun kanssa." Below this, a paragraph describes Riiviö as a sympathetic character who has been on the show since Saturday nights. At the bottom right, there are two buttons: a red one labeled "Poistu" and a blue one labeled "Etusivu".

Esimerkki: **SWITCH-IN** ON OHITTAMATON MAINOSPAIKKA VUOROVAIKUTTEINEN (Display + Aktivointi)

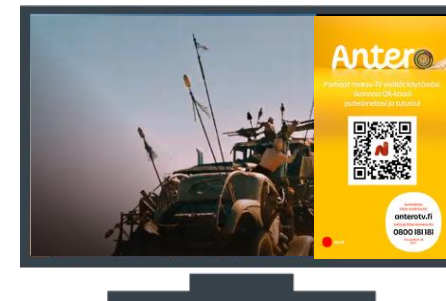
Katsoja vaihtaa kanavaa



Kun katsoja tulee kanavalle
aktivoituu kampanja TV-ruudulle
10s:n ajaksi, aktivointi
kaukosäätimen keltaisella napilla.



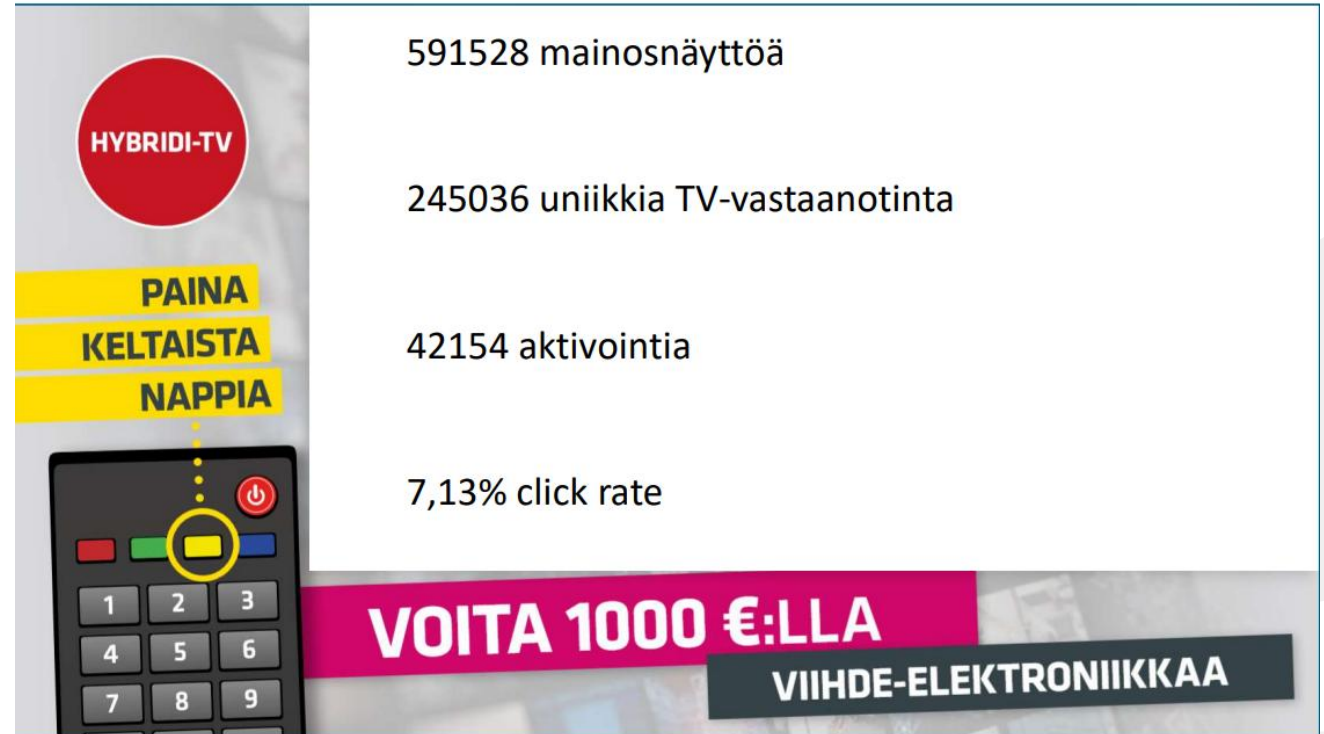
Katsojalle avautuu QR-koodi
linkitys halutulle sivustolle tai
kampanjalähdärille.
Näkymä poistuu katsojan
painamalla punaista nappia.



Switch-IN, mainospaikka kanavanvaihdossa

Switch-IN kampanja

- Dataan ja mitattavuuteen perustuva kampanjanhallinta
- Kampanjalle määritellään haluttu näyttömäärä ja toisto
- Kampanja mitataan reaaliajassa. Kampanja ajaa itsensä alas, kuin haluttu näyttömäärä on tavoitettu.



Myös TV:n mainoskatkojen mittaus kehittyy: **MTV Video CTV -ratkaisu**

- TV-kanavien mainoskatkoja digitalisoidaan HybridiTV-tekniikan avulla
 - MTV tämän osalta toimialan edelläkävijä
- Tämä tuo tyypillisiä digitaalisen videomainonnan mittareita TV-kanavilla näytettyyn mainontaan:
 - Mainosimpressiot
 - Kuinka suuri prosenttiosuus mainoksesta näytettiin (25%, 50%, 75%, 100 %)
 - Uniikkien TV-laitteiden määrä
 - Mainonnan toistotasot (frekvenssi). Tätä voidaan myös kontrolloida kampanjakohtaisesti
- Nämä mittarit varmistavat, että TV-kanavien digitaalinen inventaari voi luontevasti olla osana videokampanjoita



Yhteenveto

- Televisio on digitalisoitunut – nyt on TV-mainonnan vuoro digitalisoitua!
- Potentiaali on olemassa
- HybridiTV on mahdollistanut digitaalisen ja reaaliaikaisen lineaaritelevision mittaamisen



Luottamuksellinen

Kiitos ja kysymykset



DIGITA

