



Digimediameyyjien sertifiointiohjelma



Johdanto

Tervetuloa IAB Finlandin digimediavyyjien sertifiointiohjelmaan! Sertifioidut mediavyyjät osoittavat, että heillä on tarvittavat taidot ja tiedot digitaalisen mediatilan myymiseen.

Digimediat muuttuvat nopeassa tahdissa. Mediavyyjiltä odotetaan entistä syvempää ymmärrystä asiakkaan tarpeista ja digitaalisten mainoskampanjoiden mahdollisuuksista. IAB Finlandin digimediavyyjien sertifiointiohjelma tarjoaa vyyjille mahdollisuuden osoittaa ammattitaitonsa ja syventää osaamistaan.

IAB Finlandin sertifiikaatti on luotu erityisesti digitaalista mediavyyntiä ajatellen. Sertifiikaatti on tae siitä, että vyyjällä on tarvittavat taidot tehokkaiden online-mainoskampanjoiden myymiseen.

Tästä oppaasta löydät tärkeää tietoa sertifiointiohjelman kulusta sekä sertifiointimateriaalin sisällöstä.

Digimainonnan asialla,
Birgitta Takala
Toiminnanjohtaja
IAB Finland

Sertifiointi pähkinäkuoressa:

- Suomen markkinaan sovitettu, digimediavyyjille suunnattu sertifiointiohjelma.
- Sertifiointin hintaan kuuluu laaja, lokalisoitu itseopiskelumateriaali, infotilaisuus (ei pakollinen) ja kaksituntinen koe.
- Järjestetään neljä kertaa vuodessa.
- Kuusi viikkoa ennen koetta kokeiluat saavat laajan, lokalisoitun itseopiskelumateriaalin.
- Kaksituntisen kokeen läpäisseet saavat Sertifioitu digimediavyyjä -diplomin sekä kuvansa IAB Finlandin sertifioidujen mediavyyjien listalle. Koe on mahdollista uusia kaksi kertaa.
- Sertifiikaatti on voimassa kaksi vuotta, minkä jälkeen mediavyyjä voi uusia sertifiikaatin alennettuun hintaan.
- IAB Finlandin sertifiointikumppanina toimii Saranen Consulting.



Lönnrotinkatu 20 B
00120 Helsinki
www.iab.fi



Tekniikantie 12
02150 Espoo
www.saranen.fi

Digimediomyyjien sertifiointiohjelma

Hakeminen ohjelmaan

Hakeminen ohjelmaan tapahtuu verkossa sertifiointikumppanimme Saranen Consultingin sivuilta osoitteesta saranen.fi/ilmoittaudu-iab-digimediomyyjan-sertifikaattitestiin/.

Täytä hakemuslomake huolellisesti ja liitä mukaan kuvasi. Saat sähköpostitse vahvistuksen sertifiointiohjelmaan pääsystä sekä tietoa ohjelman kulusta. Ilmoittautumisen jälkeen ennen introtilaisuutta saat linkin opintomateriaalien lataamiseen.



Sertifiointiohjelma

IAB Finlandin online-mediomyyjien sertifiointiohjelma järjestetään neljä kertaa vuodessa. Ohjelman aikataulut löytyvät IAB Finlandin sivuilta. Jos et aio osallistua seuraavaan mahdolliseen sertifiointikokeeseen, tulee sinun välittömästi ilmoittaa IAB Finlandille. Ilmoittamatta kokeesta pois jättäytyneeltä veloitetaan sertifiointin koko hinta.

Osallistumisen peruuttaminen

Voit peruuttaa osallistumisesi maksutta 30 päivää ennen koetilaisuutta. Tätä myöhemmin peruneilta sekä kokeeseen tulematta jättäviltä peritään ilmoittautumismaksu. Voit varata paikan seuraavaan sertifiointikokeeseen maksamalla varausmaksun. Muista perua ilmoittautumisesi kokeeseen. Ilmoittamatta kokeesta pois jättäytyneeltä veloitetaan sertifiointin koko hinta.

Introtilaisuus

Sertifiointiohjelman introtilaisuus järjestetään noin kuusi viikkoa ennen koetta. Introtilaisuuteen osallistuminen ei ole pakollista, mutta se on erittäin suositeltavaa, sillä tilaisuudessa kerrotaan opiskelumateriaalien sisällöstä sekä annetaan vinkkejä opiskeluun.

Salassapitosopimus

Kurssimateriaalien jakaminen eteenpäin on ehdottomasti kielletty. Introtilaisuudessa sertifiointiohjelmaan osallistuvat allekirjoittavat salassapitosopimuksen. Jos et pääse intropäivään, saat salassapitosopimuksen sähköpostitse, jonka jälkeen voit tulostaa sopimuksen, allekirjoittaa sen ja lähettää sen postitse IAB:lle.

Itseopiskelumateriaalit

Saat tunnukset itseopiskelumateriaaleihin sähköpostitse. Huomaathan, että et saa jakaa materiaaleja eteenpäin, et myöskään oman työpaikkasi sisällä.

PDF-muotoisten itseopiskelumateriaalien lisäksi opintomateriaaleihin kuuluu valikoima IAB Finlandin julkaisemia oppaita sekä muita aineistoja. Linkit näihin aineistoihin saat ohjelman alussa.

Sertifiointikoe

Koe tehdään omalla koneella Saranen Consultingin tiloissa. Tieto koetilaisuuden sijaintipaikasta ilmoitetaan noin viikon kuluttua ilmoittautumisesta.

Saavu sertifiointipaikalle hyvissä ajoin ennen kokeen alkamista. Myöhästyneitä ei päästetä tekemään koetta, vaan he joutuvat osallistumaan seuraavaan kokeeseen ja maksamaan uusintakoemaksun. Esitä saapuessasi henkilöllisyystodistus (henkilökortti, passi tai ajokortti). Henkilötodistuksessa näkyvä nimi täytyy olla sama kuin sertifiointiohjelmaan ilmoittautuessa.

Koe on verkossa tehtävä monivalintakoe, joka tehdään omalla koneella. Sertifiointin järjestäjä ei voi tarjota koneita kokelaiden käyttöön. Aikaa kysymyksiin vastaamiseen on kaksi tuntia.

Tulokset

Tiedon kokeen läpäisemisestä saa heti kokeen päätyttyä. Kokeen läpäisseet saavat diplominsa postitse. Kokelaat, jotka eivät läpäisseet koetta, saavat lisätietoja uusintakoemahdollisuudesta sähköpostitse.

Sertifiointin päivitys

Sertifikaatti on voimassa kaksi vuotta. Tämän jälkeen sertifioituilla on mahdollisuus osallistua sertifiointiohjelmaan alennetulla hinnalla.



Sertifiointiohjelman sisältö

Itseopiskelumateriaali on jaettu neljään osa-alueeseen. Kaaviosta löytyvät myös niiden osuudet kokonaisuudesta.

Digimediomyyjä on neuvoja antava, kriittinen ajattelija, joka tekee tulosta mainostilaa myymällä. Parhaiten tämä onnistuu tuntemalla digitaalisen markkinoinnin ekosysteemi, ymmärtämällä asiakkaan markkinointitoimenpiteiden tavoitteet ja esittämällä menestyksekkäitä ehdotuksia.

Alla on kerrottu pääpiirteissään, millaista sisältöä IAB Finlandin digimediomyyjien sertifiointiohjelma sisältää. Menestysekäs digimediomyyjä ymmärtää seuraavat asiat eri digitaalisen mediamainonnan muodoista:

- Digitaalisen mainonnan ekosysteemi
- Digimedian myyminen
- Kampanjanhallinta digitaalisissa medioissa
- Kampanjan mittarit ja analysointi

Ohjelman sisältö (noin % kokeesta)

A Digitaalisen mainonnan ekosysteemi 40 %

Markkinoinnin mallit
Digitaalisten ja perinteisten medioiden erot
Median arvoketju ja eri toimijat
Digitaaliset mainosmuodot
Digitaaliset mainosalustat
Tärkeimmät digitaaliset mainostyökalut
Hinnoittelumallit ja mediamatematiikka
Standardit ja suositukset

B Digimedian myyminen 35 %

Mainonnan sovittaminen asiakkaan tarpeisiin
Tavoitteiden asettaminen
Mainostilan varaaminen digitaalisesti

C Kampanjanhallinta 10 %

Mainonnanhallintajärjestelmä
Digitaalisten mainoskampanjoiden hallinta
Ohjelmallinen ostaminen

D Kampanjan mittarit 15 %

Kampanjan mittarien valitseminen
Tulosten analysointi



Kuvat:

Quentin Meulepas CC by 2.0, Norlando Pobre, CC by 2.0 Ryoji Ikeda, CC by 2.0