



DOOH-TUNNUSLUVUT

MITTAAMINEN – RAPORTOINTI – LOOP/SOV - HINNOITTELU

IAB FINLAND
DOOH-työryhmä
04/2024

MITTAAMINEN	
Mittaustapa	Kävijämäärät + Bluetooth/Wifi sensoridata (Hypercell)
Valuutta	OTC ja kontaktit
Datalähteet	Oppilaitosten opiskelijamäärät, kuntokeskuksien kuukausikorttien määrät ja Bluetooth/Wifin sensorilähteet
Datan päivitys	Vaihtelee mediaympäristön mukaan. Hypercellilla mittausjakso noin kuukausi.
RAPORTOINTI JA KAMPANJARAPORTIT	
Käytännöt	Toimitetaan kampanjan päätyttyä.
Tiedot	Kampanjan yleistiedot, näyttökertamäärät, näyttöaika, kampanjakuvat
Kuvamateriaali	Kyllä, aidot kuvat ilman erillismaksua.
LOOP VS. SOV	
Loopin pituus	Pääsääntöisesti 70 sekuntia
Spotti vai SOV?	Perustuote on 10 sekunnin spotti.
SOV:n määrittäminen	---
Loopin sisältö	Yleishyödyllistä informaatiota sekä kohderyhmätiedotteita. 20 % kokonaisuudesta yleishyödyllistä informaatiota, 80 % mainontaa.
HINNOITTELU	
Perusteet	Hinnoittelun lähtökohtana viikkohinta per spotti. Lisäksi asiakaskohtaiset alennukset.
Räätälöinti	Mahdollista tapauskohtaisesti
Lisätiedot	https://aktiivimedia.fi/myyntiehtot/

MITTAAMINEN	
Mittaustapa	Katu-, maantieympäristöissä, sekä Kauppakeskus ja terminaaliympäristöissä FLOW-määrät kerätään Outdoor Impact-tutkimuksen tietolähteistä ja tutkimusmetodin mukaan lasketaan OTC-arvot jokaiselle screenille. Helsinki Airport kontaktit mitataan virallisista Finavian julkaisemista matkustajamäärien liikkumisvirtauksista terminaalin alueella (tulo- ja lähtöaulasta matkustajaputkeen). STORE-ympäristössä OTC-kontaktilaskelmat Outdoor Impact laskentametodilla, jossa FLOW tietolähteenä viralliset SOK-osuuskauppojen kauppakohtaiset kuittitapahtumat.
Valuutta	OTC, näyttökertamäärät
Datalähteet	Traficom, kaupunkien liikennemittaukset, OdFi jalankulkumittaukset, Kauppakeskusyhdistyksen viralliset julkaisut ja terminaalien viralliset matkustajamäärät, Finavia , SOK alueosuuskaupat
Datan päivitys	Katu-, maantieympäristöissä, sekä Kauppakeskus-, terminaali- ja STORE ympäristöissä kerran vuodessa. Finavia matkustajamäärät kerran puolessa vuodessa.
RAPORTOINTI JA KAMPANJARAPORTIT	
Käytännöt	Kampanjaraportit saa pyydettyäessä, automatisointi tulossa
Tiedot	Kampanjan yleistiedot, Tuotteen minimi näyttökertamäärät vs. toteutuneet näyttökertamäärät, Tuotteen minimi OTC, Kampanjakuvat
Kuvamateriaali	Kampanjaraporttikuvia kuvaopetuksena saatavilla ja aidot kuvat kuvauspalveluna (maksullinen)
LOOP VS. SOV	
Loopin pituus	Pääsääntöisesti 70 sekuntia
Spotti vai SOV?	Perustuote on 10 sekunnin spotti. Lisäksi informoimme SOV minimiosuuden
SOV:n määrittäminen	Perustuotteen, 10 sekunnin spotin osuus Loopista
Loopin sisältö	Voi sisältää myös muuta sisältöä kuten sää/kello, kumppaniviestintä -> käsitellään SOV laskennassa kuten mainonta.
HINNOITTELU	
Perusteet	Kiinteät OTC-kontakti (minimi) perusteiset hinnat.
Räätälöinti	Perustuotteille sallitaan ilman lisäkustannuksia 10% räätälöinti. Asiakaskohtaiset räätälöinnit +15% perustuotteen CPT hintaan.
Lisätiedot	https://www.clearchannel.fi/myyntiehtot

MITTAAMINEN	
Mittaustapa	Mittaus tapahtuu Hypercellin Bluetooth Low Energy (BLE) -teknologiaa hyödyntävien sensoreiden avulla. Ne mittaavat tuntikohtaisesti bluetooth-laitteiden signaalien määrää ja viipymisaikaa 50 metrin säteellä näytöstä. Mittauksiin sovelletaan ympäristöittäin eri kalibrointikerrointa. Mittauksista mallinnetaan impressiot JCDecaux'n kehittämän, auditoidun metodologian mukaan. Lasketuista tuntitason impressioista muodostetaan päivityksen yhteydessä viikkotason ennuste, jonka tuloksia hyödynnetään päivityssyklin keston ajan. Poikkeuksena liikennevälineiden (metrot, raitiovaunut) sisällä kontaktit määritetään matkustajalaskurien tuottaman datan perusteella.
Valuutta	Viewed Impression (=”todennetut kontaktit”) Poikkeuksena metrojen ja raitiovaunujen diginäytöt, jossa valuuttana Viewable Impression (=”mahdolliset kontaktit”).
Datalähteet	Hypercell-sensorit – tuntikohtainen bluetooth-signaalien määrä ja niiden keskimääräinen viipymisaika sijainnissa HSL - metrojen ja raitiovaunujen matkustajalaskental
Datan päivitys	n. 3kk välein.
RAPORTOINTI JA KAMPANJARAPORTIT	
Käytännöt	Automaattisesti toimitetaan joka digikampanjan yhteydessä
Tiedot	Ostetut / toteutuneet Impressiot sekä ostetyt / toteutuneet näyttökertämäärät (tiedot: per päivä per lokaatio)
Kuvamateriaali	Kuvaopetuksia saatavilla ja aidot kuvat kuvauspalveluna (maksullinen)
LOOP VS. SOV	
Loopin pituus	60 sekuntia
Spotti vai SOV?	Kiinteä spottimäärä /per minuutti (yhteen minuuttiin mahtuu 6 mainostajaa)
SOV:n määrittäminen	
Loopin sisältö	Metrojen ja ratikoiden digiscreeneissä HSL-tiedotteita ja säätietoa. Muut tarjoamamme digit puhtaasti mainosvälineitä
HINNOITTELU	
Perusteet	CPM -hinta. Perustuu impressio -määriin. Asiakas maksaa vain saamistaan impressioista/kontakteista.
Räätälöinti	Kohdennuksista ei lisähintaa (aikakohdennukset, sijannit, POI -kohdennukset, kohderyhmä). Muut räätälöinnit tapauskohtaisesti
Lisätiedot	https://www.jcdecaux.fi/fi/myyntiehtot

MITTAAMINEN	
Mittaustapa	HSL ja Väyläviraston matkustajamäärät, Bluetooth/Wifi -sensoridata (Hypercell & Allunite), Kauppakeskusten kävijämäärät ja kassatapahtumat, Hiihtokeskusten hissilippudata, Golfkenttien kierrosmäärädata
Valuutta	OTC ja Kontaktit
Datalähteet	HSL ja Väyläviraston matkustajamäärät, Kauppakeskusten kävijämäärät ja kassatapahtumat, Bluetooth/Wifi -sensoridata (Hypercell & Allunite). Hiihtokeskusten hissilippudata, Golfkenttien kierrosmäärädata
Datan päivitys	Vaihtelee mediaympäristön mukaan reaaliaikaisesta kvartaalitason päivitykseen.
RAPORTOINTI JA KAMPANJARAPORTIT	
Käytännöt	Rarportit toimitetaan asiakkaalle automaattisesti kampanjan päättyttyä
Tiedot	Kampanjan yleistiedot, Arvio vs. toteutuneet toistomäärät, Arvio vs. toteutunut OTC/Kontaktit, Kampanjakuvat
Kuvamateriaali	Kyllä, aidot kuvat ilman eri maksua
LOOP VS. SOV	
Loopin pituus	Kaupungeissa pääsääntöisesti 70 sekunttia ja vapaa-ajankohteissa 240 sek.
Spotti vai SOV?	Perustuote on 10 sekunnin spotti.
SOV:n määrittäminen	Tarvittaessa informoimme SOV minimiosuuden
Loopin sisältö	Loop voi sisältää myös muuta sisältöä kuten sää/kello -> käsitellään SOV laskennassa kuten mainonta.
HINNOITTELU	
Perusteet	Kiinteät sarjahinnat, joista asiakaskohtaiset alennuskäytännöt, osassa kohteita myös Dayparts hinnoittelu käytössä
Räätälöinti	Asiakaskohtaiset räätälöinnit - kerroin 1,25
Lisätiedot	https://www.mediateko.fi/mediaostajalle/myyntiehtot

MITTAAMINEN	
Mittaustapa	Kauppakeskusten kävijämäärä, Bluetooth/Wifi -sensoridata (Hypercell)
Valuutta	SoV
Datalähteet	Kauppakeskusyhdistyksen viralliset julkaisut, Bluetooth/Wifi -sensoridata (Hypercell)
Datan päivitys	Tarkistus kvartaaleittain
RAPORTOINTI JA KAMPANJARAPORTIT	
Käytännöt	Toimitetaan kampanjan päätyttyä
Tiedot	Kampanjan yleistiedot, SoV, näyttökertamäärät, kampanjakuvat
Kuvamateriaali	Kyllä, aidot kuvat ilman eri maksua
LOOP VS. SOV	
Loopin pituus	60s
Spotti vai SOV?	SoV
SOV:n määrittäminen	10 sekunnin spotin osuus Loopista
Loopin sisältö	Voi sisältää myös muuta sisältöä
HINNOITTELU	
Perusteet	Hinnoittelun lähtökohtana Sov20 viikkohinta
Räätälöinti	Mahdollista tapauskohtaisesti
Lisätiedot	https://www.oceanoutdoor.fi/

MITTAAMINEN	
Mittaustapa	Datalähteistä johdetut arvot, esim. väyläviraston keskimääräinen vuorokausiliikenne (KVL) * 1,6
Valuutta	OTC
Datalähteet	Digiroad, Eco-counter, omat sensorit, ohikulkijalaskurit
Datan päivitys	Vuosittain
RAPORTOINTI JA KAMPANJARAPORTIT	
Käytännöt	Saa pyydettyäessä, automatisointi tulossa
Tiedot	Kaupungit, pinnat, luvatut näyttökerrat, toteutuneet näyttökerrat, kartta, kampanja-ajat, kuvat, yhteystiedot
Kuvamateriaali	Kyllä, oletuksena kuvaupotukset, lisätoiveesta aidot kuvat.
LOOP VS. SOV	
Loopin pituus	Yleisin 100s loppi ja 10s spotti, pohjoisen näytöillä 72s looppi ja 6s spotti
Spotti vai SOV?	Spotti
SOV:n määrittäminen	Näytöillä kiinteä spottien maksimimäärä, suora laskenta käytettyjen paikkojen mukaan
Loopin sisältö	Vaihtelee näytöittäin, useimmiten ei. Loopin pituuteen lasketaan kaikki aineistot.
HINNOITTELU	
Perusteet	Hinnoittelun lähtökohtana näytön viikkohinta per spotti
Räätälöinti	Tarjotaan tapauskohtaisesti
Lisätiedot	https://outshine.fi/fi/myyntiehdot



HEI ULKOMAINOSMEDIA!

Älä pidä itseäsi piilossa, vaan tule mukaan IAB:n DOOH-työryhmään ja tähän tietopakettiin. Soita tai meilaa Pasille ja kysy lisää.

pasi.raassina@iab.fi

040 575 37 26

<https://www.linkedin.com/in/pasiraassina/>