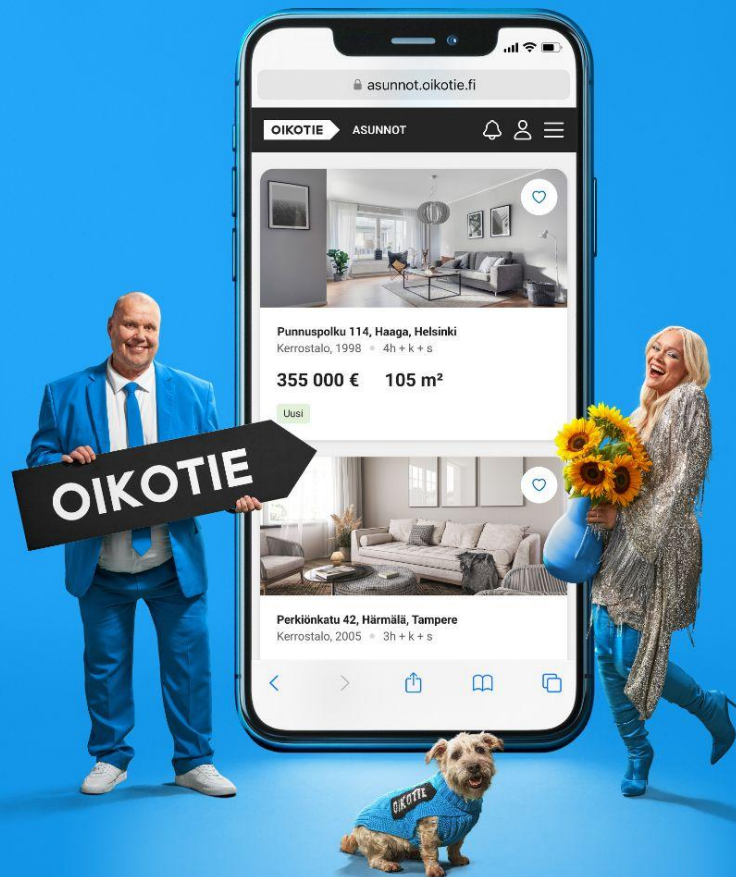


OIKOTIE

uuteen kotiin vie.

Onnistuneen
mainonnan avaimet
asuntoportaalissa



Tärkeimmät syyt vierailta Oikotiellä



1. Asunnon ostaminen

33 %



2. Asunnon vuokraaminen

28 %



3. Asuntomarkkinan seuraaminen

19 %



4. Haaveilu ja oikotiirailu

9 %



5. Muut syyt

10 %



OIKOTIE

uuteen kotiin vie.

Kiinteistönvälityksen yleisimmät tarpeet portaalimainonnassa

Uusasiakashankinta

Myynnin edistäminen

Jälkimarkkinointi

Alueellinen tunnettuus



Välittäjän kohdemarkkinointi Oikotiellä



Seuraavan viikon
viikonloppu

Ensinäyttö



Kaupat !

Lauantaina

Kohteen **julkaisu ja kohdemarkkinointi** maksimaalisen näkyvyyden saamiseksi
(eniten julkaistaan to ja pe)



Kohteen nosto hakutulos-korostuksella

Korostus lauantaina tai sunnuntaina
(eniten ke-pe)



OIKOTIE

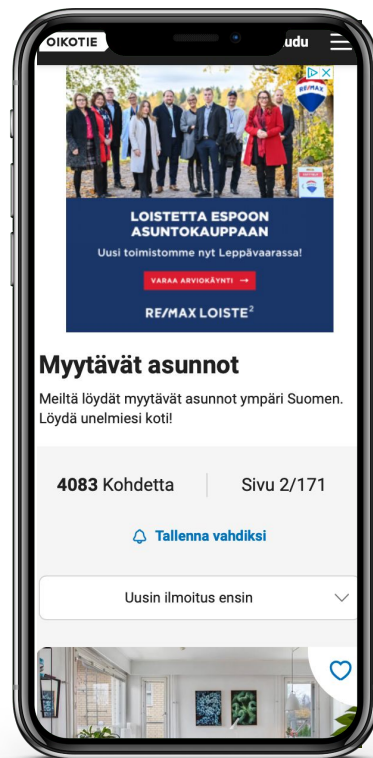
uuteen kotiin vie.

Alueellinen tunnettuus ja uusasiakashankinta

- Pitkäaikainen näkyvyys vaatii toistoa
- Oikea-aikaisuus: Ensimmäinen huomio vai kohteiden välissä?
- Millä kulmalla? Paikallistuntemus ja kokemus
- Tee yhteydenotto helpoksi: Esim. Oikotien yritys- ja välittäjäprofiilit



Asunnon ostoa
harkitsevista **45 %** myy
samalla omaa asuntoa



OIKOTIE

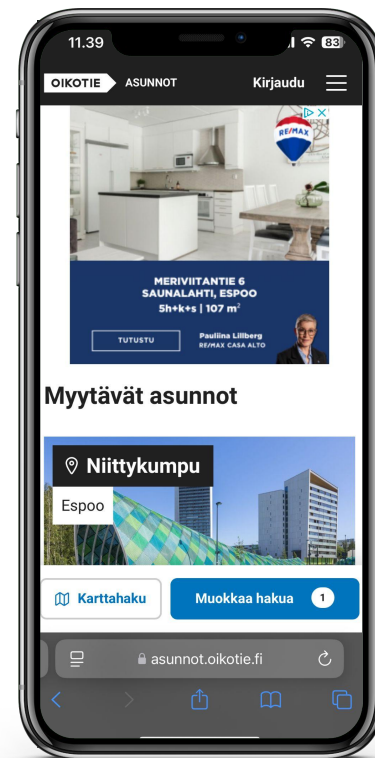
uuteen kotiin vie.

Lisäsilmäparit kilpailevilta alueilta

- **Asuntokohteiden** mainostaminen lähialueella tai vastaavien hakujen perusteella
- **Vaihtoehtoon tarjoaminen**, mikäli käyttäjä ei ole muuten löytänyt
 - kiinnostuksen herättäminen
 - erilaisten hakukäyttötymisten huomioonottaminen



Per käyttäjä (ka):
1,8 hakuvahtia ja niissä
7,4 hakutermiä



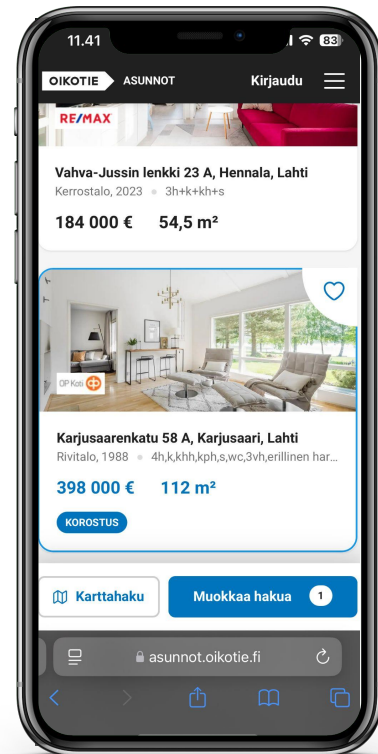
OIKOTIE

uuteen kotiin vie.

Perinteisen mainonnan ja portaalin lisäpalveluiden yhdistäminen myynnin edistämiseen



1. **Kampanjaviesti** mainonnan keinoin
2. **Kohdenäkyvyyden kasvattaminen** hakutulokorostuksilla
 - hakuvahtiviestit
 - kärkipaikka
 - huomioarvo
 - muistuttaminen



OIKOTIE

uuteen kotiin vie.

Uudiskohteiden ja asuntovuokrauksen yleisimmät tarpeet portaalimainonnassa

Lanseeraus

Kohdemarkkinointi

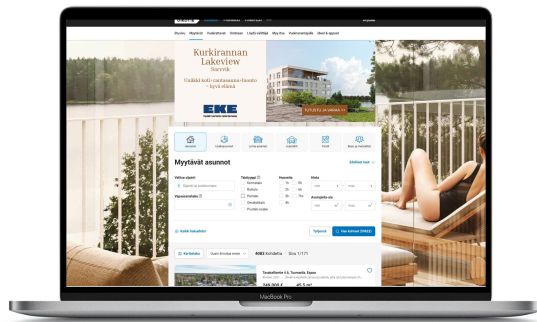


Ennakkomarkkinointi ja lanseeraukset

- Valitse **laaja tavoitavuus**
- Painopiste kampanjan alussa: kampanja-aika vs **share-of-voice**
- Vaatii korkeampaa **huomioarvoa**



Kun kertomista riittää,
lisää Oikotien
sisältömarkkinointi mukaan

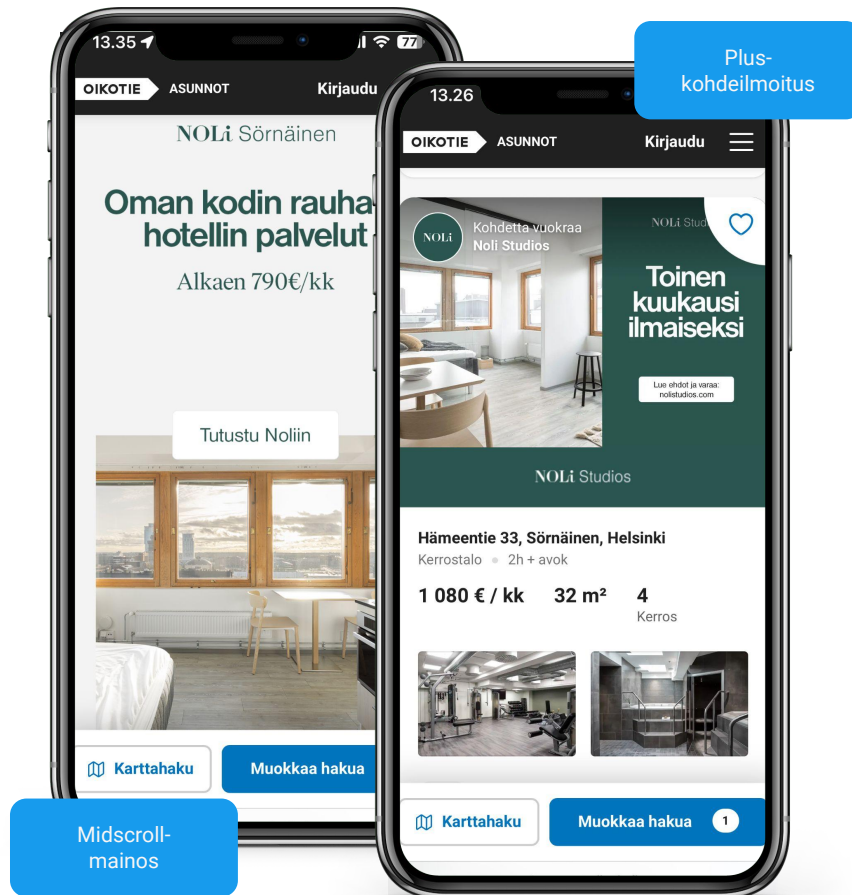


OIKOTIE

uuteen kotiin vie.

Kohdemarkkinointi

- Kohdennettu vs laaja
- Ennen kaikkea hakusana
- Oikea-aikaisuus: Ensimmäinen huomio vai kohteiden välissä?
- Pitkäaikaisesta näkyvyydestä kampanjatekemiseen
- Kohdeilmoitus on myös mainos



OIKOTIE

uuteen kotiin vie.

Muiden toimialojen yleisimmät tarpeet ja bränditekeminen portaali-mainonnassa

Brändin rakennus

Harkintaan pääseminen

Top-of-mind

Taktinen markkinointi





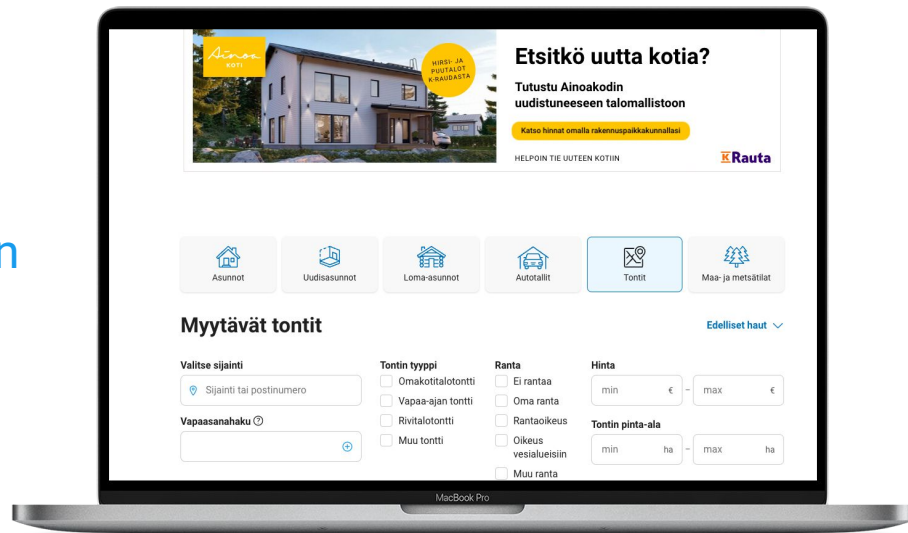
42 % kokee asuntoihin liittyvän
mainonnan Oikotiellä **positiiviseksi**

OIKOTIE

uuteen kotiin vie.

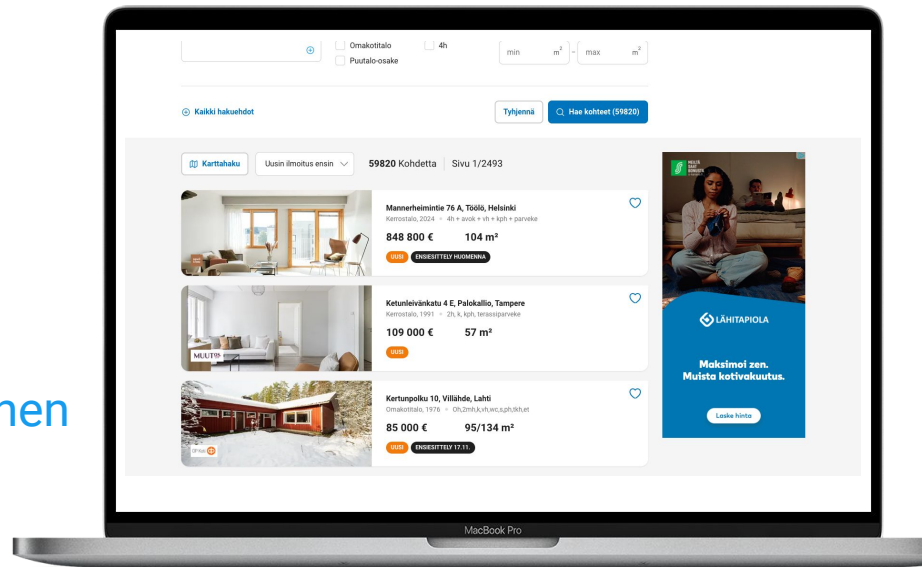
Brändin ja top-of-mindin rakentaminen asuntoportaaliassa

- Mediaympäristön vaikutus **mainostajan brändiin**
- Oikeat kohderyhmä **oikeassa ympäristössä oikeaan aikaan**
- Ei rakenneta yhdellä kertaa eikä yhdellä toimenpiteellä
- **Sisältömarkkinoinnin** keinoin mukaan Oikotien brändiin ja kanaviin



Taktinen mainonta ja harkintaan pääseminen asuntoportaaliissa

- Mainontaa vai palvelua?
- Oikotien datasegmenttien hyödyntäminen
 - Esim. omakotitaloja etsivien tavoittaminen Torissa
- Kategoriat oikean kontekstin löytämiseen aina asunnoista tonttien kautta vuokrattaviin autopaikkoihin



74 % kiinnostunut
asuntolainalaskureista tai jo
kokeillut niitä

OIKOTIE

uuteen kotiin vie.