

# VIDEOMAINONNAN ostamisen opas

DIGIMARKKINOIDIN ASIALLA  
finland  
iab

## MIKSI KÄYTTÄÄ VIDEOMAINONTAA?

**VIDEO ON YLIVOIMAINEN TARINANKERRONNAN JA HUOMIONHERÄTTÄMISEN VÄLINE**

**PÄÄTELAITERIIPPUMATTOMUUS**



VIDEOITA VOI KATSOA ERI PÄÄTELAITTEISTA **VIDEO MAINOSMUOTONA TOIMII KAIKKIALLA**

## NETTI-TV NOSTAA HUOMIOARVOJA

Tv + Netti-tv keskimäärin **+17%**

**PAREMMAT KAMPANJAN HUOMIOARVOT**

MAINOKSIA VOIDAAN KOHDENTAA

sisällön, sijainnin, päätelaitteen ja vaikka kiinnostuksen kohteiden mukaan



**VIDEOSISÄLTÖJÄ KATSOTAAN SUOMESSA 100M/KK** netti-tv, videopalvelut, videoverkostot

Videolyöryhmän arvio. Videosisältöjen käynnistysten määrä (sisältää vain käyttäjien itse käynnistämät videosisällöt)

AREENA, KATSOMO JA RUUTU



## FORMAATIT



**IN-STREAM VIDEOMAINOKSET**

ovat videosisällön yhteydessä esitettäviä tv-mainoskatkon tyyppisiä videomainoksia, joissa videomainoksen äänet ovat päällä ja joita käyttäjä ei voi pääsääntöisesti ohittaa.

**PRE-ROLL**, ENNEN SISÄLLÖN ALKUA esitettävä videomainos

**MID-ROLL**, KESKELLÄ SISÄLTÖÄ esitettävä videomainos

**POST-ROLL**, SISÄLLÖN JÄLKEEN esitettävä videomainos

**OVERLAY**, VIDEOSISÄLLÖN PÄÄLLÄ esitettävät kuvamainokset

**OUT-STREAM VIDEOMAINOKSET**

ovat videomainoksia, jotka esitetään muualla kuin osana videosisältöä, kuten uutisvustojen, keskustelu-osastojen tai sosiaalisen median sisällön päällä /välissä. Out-stream videomainoksissa ei ole oleuksena ääniä päällä ja käyttäjän on voitava ohittaa mainos halutessaan helposti.

**IN-FEED / IN-ARTICLE / MOBILE FEED -VIDEOMAINOKSET**

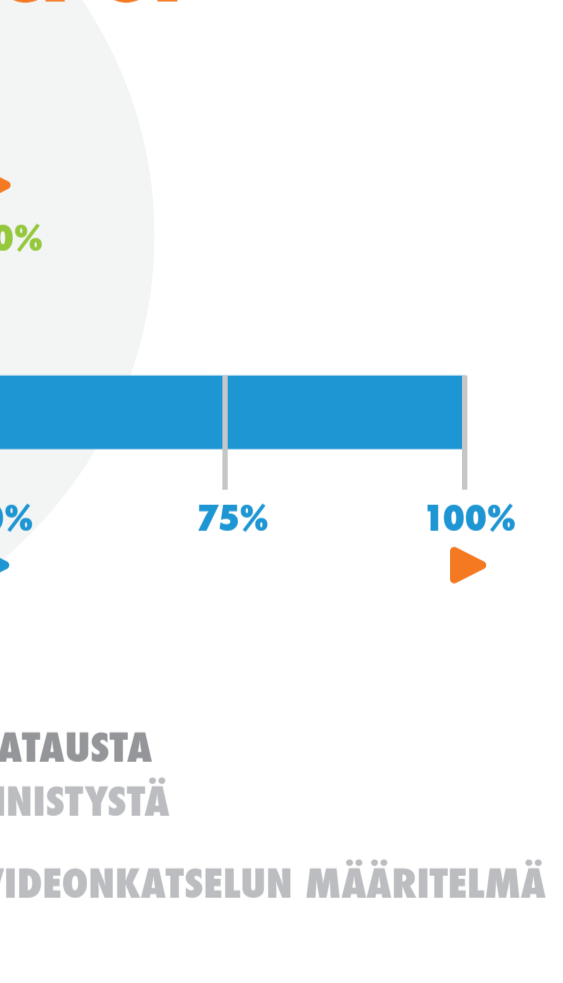
Esimerkiksi uutisartikkelin tai sosiaalisen median sisällön yhteydessä esitettävä usein automaattisesti ja ilman ääniä käynnistyyvä videomainos



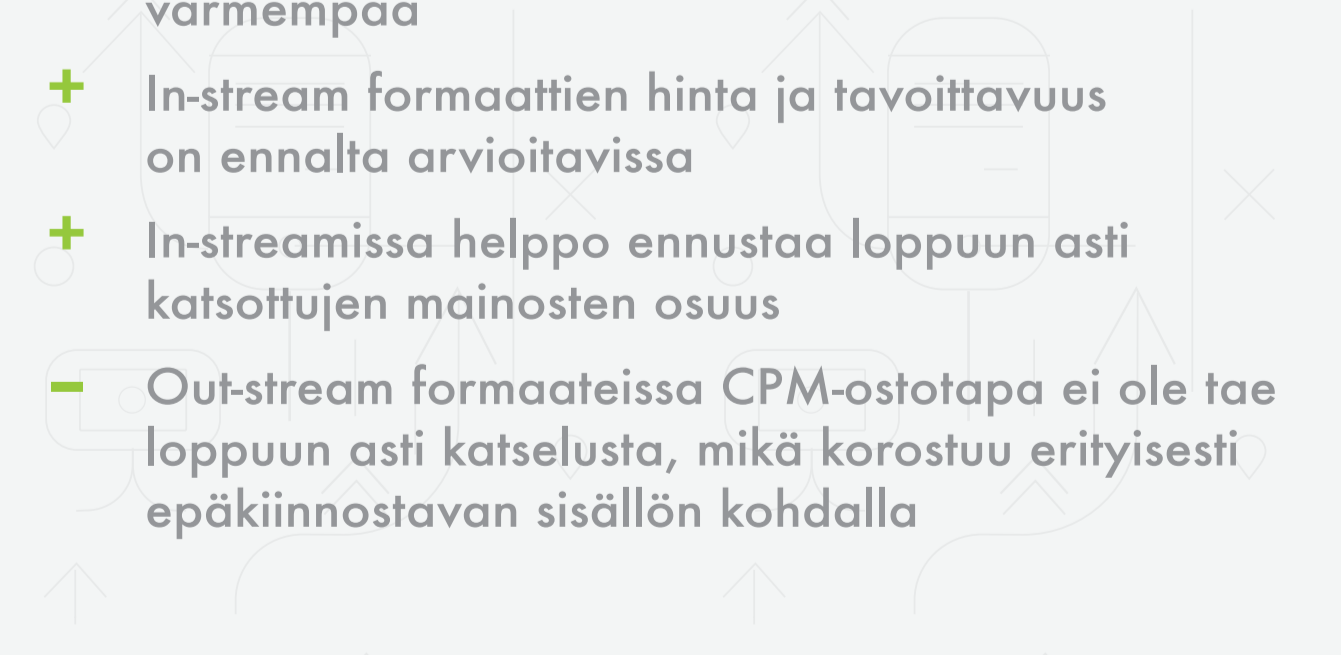
**IN-BANNER VIDEO**

Videomainos, joka ajetaan normaalin display-mainospaikan kautta

**AUTOPLAY**  
**CLICK TO PLAY**



## VIDEOMAINONNAN OSTAMINEN



## HINNOITTELUTAVAT CPM-HINNOITTELUN PERUSTE:

▶ VIDEON KÄYNNISTYS:

**CPM**

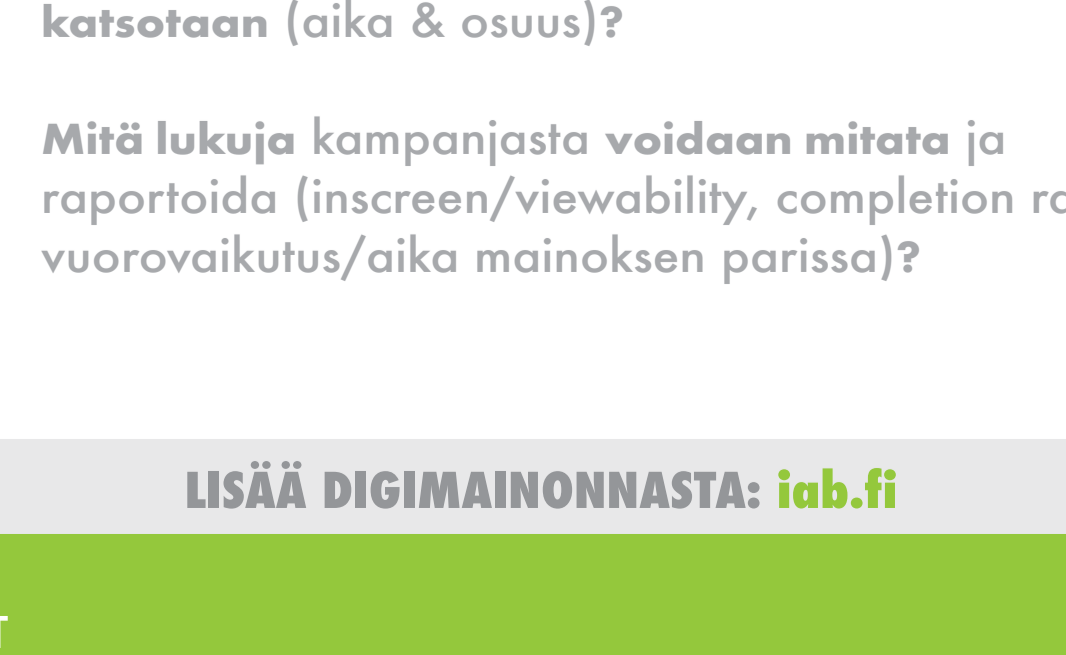
▶ VIDEON KATSELU:

**CPV** (määritelmä vaihtelee toimijoittain, esim. 25%, 50%)

VIDEO KÄYNNISTYY

▶ LOPPUUN ASTI KATSOTTU VIDEO:

**CPCV**



**CPM = HINTA PER TUHAT MAINOSLATAUSTA ELI VIDEOMAINOKSEN KÄYNNISTYSTÄ**

**CPV = HINTA PER VIDEOKATSELU (VIDEONKATSELUN MÄÄRITELMÄ VAIHTELEE)**

**CPCV/TRUE VIEW = HINTA PER LOPPUUN ASTI KATSOTTU VIDEOMAINOS (COST PER COMPLETED VIEW)**

**MAINOSNÄYTÖN ARVOA JA VIDEOMAINONNAN TAVOITTEITA POHDITTAESSA TULEE AINA HUOMIOIDA VIDEOMAINOKSEN KATSELUN KESTO**

**CPM-OSTAMINEN**

- + Tavoittavuuden rakentaminen helpompaa ja varmempaa
- + In-stream formaattien hinta ja tavoittavuus on ennalta arvioitavissa
- + In-streamissa helppo ennustaa loppuun asti katsottujen mainosten osuus
- Out-stream formaateissa CPM-ostotapa ei ole tae loppuun asti katselusta, mikä korostuu erityisesti epäkiinnostavan sisällön kohdalla

**CPV (COST PER VIEW) / CPCV (COST PER COMPLETED VIEW) -OSTAMINEN**

- + Suosii tunnettuja ja kiinnostavia brändejä ja tuotteita sekä laadukasta mainosmateriaalia
- + Usein teknisesti helpompaa kohdentaa uusia viestejä videoita vapaaehtoisesti katselleille
- Katsetun perusteena käytettävä laskutusperuste vaihtelee, eli eri toimijat määrittelevät katsetun eri tavoin, aina ensi sekunnista loppuun asti katsottuun videoon
- Tuotteen tai brändin ollessa vähemmän kiinnostava loppuun asti katsottu mainoksen hinta nousee helposti korkeaksi huutokaupassa

## OSTAJAN CHECKLIST

**MUISTA/KYSY MYYJÄLTÄSI AINAKIN NÄMÄ KUN OSTAT VIDEOMAINONTAA:**

1. Missä ympäristöissä ja sisällöissä ostettu mainos tulee näkymään?
2. Käynnistyykö videomainos automaattisesti (ilman ääniä/äänet päällä) vai käyttäjän aloitteesta?
3. Mikä on katsetun määritelmä ja laskutusperuste?
4. Kuinka pitkään videomainosta keskimäärin katsotaan (aika & osuus)?
5. Mitä lukuja kampanjasta voidaan mitata ja raportoida (inscreen/viewability, completion rate, vuorovaikutus/aika mainoksen parissa)?

LISÄÄ DIGIMAINONNASTA: [iab.fi](http://iab.fi)

LÄHTEET

Nelonen Media: TV- Nyt ja tulevaisuudessa

TNS Gallup Oy, Kesä 2015

IROResearch Oy

Nelonen Media: Kooste TV + Netti-tv kampanjojen huomioarvoista

Finpanel Oy

Cmscore Dax

IAB videolyöryhmä

DESIGNED BY:

DigiPeople STUDIO

finland

iab