

# NATIIVIMAINONNAN tuotantoprosessi -suositus

Ostajan ja julkaisijan näkökulmista

DIGIMARKKINOINNIN ASIALLA  
iab Finland  
Muutoksen tekijöille.

## BRIEF

1.

### OSTAJAN NÄKÖKULMASTA

Tarpeen tunnistaminen: millaista muutosta haetaan?

Määritetään yhteistyön tavoite, kampanja-aika ja budjetti.

Ostajan muiden toimenpiteiden rooli ja vaikutus yhteistyöhön.

### JULKAISIJAN NÄKÖKULMASTA

Ostajan tavoitteet ja haasteet liiketoiminnan kannalta. Yhteistyön tavoitteiden, kampanja-ajan ja budjetin määrittely.



## KONSEPTOINTI

2.

### OSTAJAN NÄKÖKULMASTA

Julkaisija tuottaa ostajan briiffin mukaisen ehdotuksen annetussa aikataulussa. Monikanavainen kanavastrategia tukee natiivin tavoitteiden saavuttamista.

### JULKAISIJAN NÄKÖKULMASTA

Kuinka pääsemme asetettuihin tavoitteisiin? Aikataulun, mittareiden, kävijäohjauksen ja vastuushenkilöiden määrittely.



## TARJOUS JA TILAUSVAHVISTUS

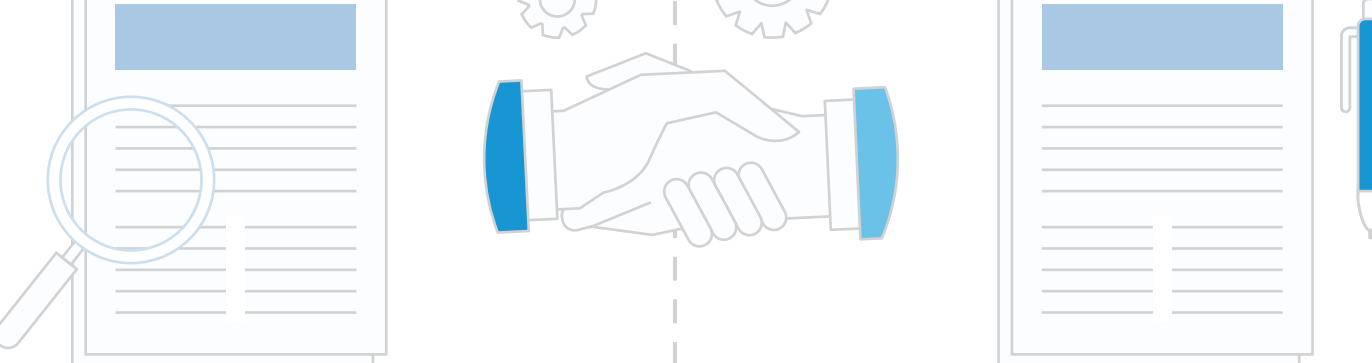
3.

### OSTAJAN NÄKÖKULMASTA

Ehdotuksen ja tarjouksen läpikäynti julkaisijan kanssa. Kommentit ja mahdolliset korjaukset. Tarjouksen (= sopimuksen) hyväksyminen.

### JULKAISIJAN NÄKÖKULMASTA

Ostajan tavoitteiden ja budjetin mukaisen tarjouksen valmistelu ja esitys. Ostaja hyväksyy tai toivoo muutoksia, jonka jälkeen tehdään tarvittavat muutokset.



## TUOTANTO

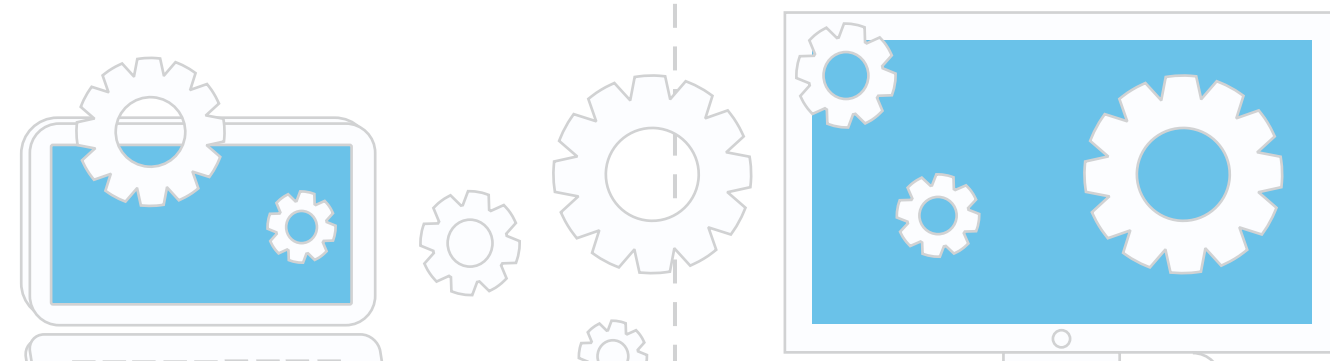
4.

### OSTAJAN NÄKÖKULMASTA

Sopimuksen mukaisen materiaalin tuotanto. Mahdollisiin lisäksymyksiin vastaaminen / materiaalien toimittaminen sovitussa aikataulussa ja muodossa.

### JULKAISIJAN NÄKÖKULMASTA

Sisällöntuotanto hyväksytyn tarjouksen (= sopimuksen) ja tuotantosuunnitelman mukaisesti. Tekninen testaus ennen julkaisua.



## HYVÄKSYMINEEN

5.

### OSTAJAN NÄKÖKULMASTA

Valmiiden materiaalien hyväksyminen. Mahdolliset korjaustoimenpiteet ja materiaalien lopullinen hyväksyminen.

### JULKAISIJAN NÄKÖKULMASTA

Valmiiden materiaalien hyväksyttäminen ostajalla. Mahdolliset korjaustoimenpiteet ja testaaminen. Materiaalien lopullinen hyväksyminen.



## KAMPAJNA/TOIMENPIDE ALKAA/JULKAISU

6.

### OSTAJAN NÄKÖKULMASTA

Ostajaa suositellaan seuraamaan kampanjan vaikutuksia omilla kanavissaan / myynnissään ja informoimaan relevanteista huomioista julkaisijaa. Tarvittaessa ostaja ottaa kantaa tuotannon optimointiin liittyviin ehdotuksiin.

### JULKAISIJAN NÄKÖKULMASTA

Kampanjan hallinta ja optimointi alkavat tuotantosuunnitelman mukaisesti. Toimenpiteistä informoidaan ostajaa.



## VÄLIRAPORTTI

7.

### OSTAJAN NÄKÖKULMASTA

Väliraportin vastaanottaminen, mahdolliset lisäksymykset ja huomiot loppukampanjan optimoinnin näkökulmasta yhdessä julkaisijan kanssa.

### JULKAISIJAN NÄKÖKULMASTA

Vähintään yksi väliraportti sopimuksen mukaisilla mittareilla.



## LOPPURAPORTTI, ANALYYSI JA MAHDOLLISET JATKOTOIMENPITEET

8.

### OSTAJAN NÄKÖKULMASTA

Kampanjan yhteenveto sopimuksen mukaisilla mittareilla, julkaisijan huomiot ja analyysi. Sovitaan mahdolliset jatkomarkkinointi- ja muut toimenpiteet.

### JULKAISIJAN NÄKÖKULMASTA

Kampanjan yhteenveto, julkaisijan huomiot ja analyysi. Sovitaan mahdolliset jatkomarkkinointi- ja muut toimenpiteet.



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

### LÄHTEET

IAB Finlandin Natiivimainonnan työryhmä

IAB Finlandin Natiivimainonnan opas 5/2017

DESIGNED BY:

